

RELATÓRIO 2º TRIMESTRE DE 2017
IDBRASIL CULTURA, EDUCAÇÃO E ESPORTE
ORGANIZAÇÃO SOCIAL DE CULTURA
UGE: UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

CONTRATO DE GESTÃO Nº 04/2016
Referente ao museu: Museu do Futebol

APRESENTAÇÃO

Em cumprimento ao disposto no item 12 da cláusula segunda do Contrato de Gestão nº 04/2016, apresentamos o relatório trimestral desta Organização Social de Cultura, relativo ao exercício de 2017, no qual descrevemos as metas e os resultados alcançados pelo IDBrasil no período de 1 de abril a 30 de junho, para o Museu do Futebol.

A este relato se somam informações relativas às atividades operacionais e administrativas praticadas por esta organização. Ao relatar as atividades desenvolvidas no período, o IDBrasil, além de prestar contas do atendimento ao público alvo, enfatiza o aspecto qualitativo das mesmas.

No **Programa de Gestão Executiva, Transparência e Governança** apresentamos os resultados parciais do “Plano para melhoria dos resultados da cessão onerosa dos espaços”, que trouxe mudanças nos procedimentos internos da locação de espaços, visando facilitar o atendimento ao cliente. Além disso, foi dada especial atenção no portfólio de venda dos espaços, melhorando a comunicação no site institucional e investindo em propagandas do Google AdWords. Uma nova equipe de atendimento, fruto do rearranjo organizacional implantado em 2016, também se mostrou mais dedicada aos processos de locação e acompanhamento dos eventos corporativos. Como resultados imediatos, apontamos o aumento de 40% das receitas com locação nos meses de janeiro a junho de 2017, comparado ao primeiro semestre de 2015 e 2016.

Ainda dentro das ações desse Programa, foram inscritos dois projetos educativos em editais e prêmios voltados à área, a saber, o Prêmio Ibero-americano de educação em museus (IberMuseus) e o Prêmio Ações Inclusivas para pessoas com deficiência (da Secretaria da Pessoa com Deficiência). Além disso, houve a resposta a diligências do Plano Anual do Museu do Futebol no PROAC, inscrito em 2016. O Plano foi aprovado para captação no primeiro semestre de 2017, no valor de R\$ 1.418.920,03. Outro projeto inscrito em lei de incentivo em 2016 foi o “Com a bola toda: esportes no Museu do Futebol”. O mesmo foi indeferido em fevereiro de 2017 e o IDBrasil entrou com pedido de reavaliação. O projeto foi aprovado em junho de 2017, no valor de R\$ 278.401,70. Contudo, os recursos para uso do ICMS na Lei Paulista de Incentivo ao Esporte já se esgotaram para o ano.

Foi finalizada a Pesquisa com o público espontâneo do Museu do Futebol, realizada com consultoria externa entre os meses de abril e maio de 2017. A meta era uma pendência do último trimestre de 2016 que pode ser concluída nesse trimestre. É a terceira pesquisa do gênero no Museu (a primeira foi em 2009, a segunda em 2013). O Museu do Futebol, em menos de uma década, acumula, desse modo, uma consolidada série histórica de dados de visitação. Em síntese, os resultados da pesquisa indicam que:

- o público espontâneo mantém-se majoritariamente masculino, branco, entre 20 e 39 anos, com nível superior;
- o percentual de primo-visitantes vem caindo desde a primeira pesquisa em 2009; em 2017 o índice está em 76%; e o índice de fidelização de público vem crescendo;
- Indicação de amigos e TV correspondem aos principais meios pelos quais o público toma conhecimento do Museu, logo, há potencial a explorar em outras mídias, em especial às mídias sociais;
- a pesquisa ajudou a esclarecer potenciais de novos públicos para o Museu, especialmente moradores da região metropolitana e do interior paulista.

Ainda no Programa de Gestão, destacam-se medidas implantadas para a economia de recursos, tais como: readequação das equipes de Segurança, Vigilância e Portaria, com a redução, a partir do mês de maio, de um posto de Porteiro, representando economia de R\$59.126,76 no ano (R\$ 8.446,68/mês). Foi implantado um novo sistema de gerenciamento de vendas de ingressos, economia de R\$1.582,00/mês, ou R\$11.074,00 no exercício de 2017. Além do impacto financeiro, há a melhoria de desempenho na operação de venda dos ingressos, agora off-line, garantindo maior autonomia na operação. A Gestão de Recursos Humanos do IDBrasil, buscando a economicidade na gestão de benefícios "Plano de Assistência Odontológica" e "Vale Transporte", negociou com as empresas Sul América e VB redução no índice de reajuste anual de 13,84% para 7% no plano odontológico e redução na taxa administrativa de 3,8% para 2,5% para o Vale Transporte, com a implantação da ferramenta Poupador que vem gerando redução na solicitação deste benefício.

No **Programa de Acervo: Conservação, Documentação e Pesquisa**, o Núcleo do Centro de Referência do Futebol Brasileiro dedicou-se à consolidação de documentos normativos e basilares à instituição e, especificamente, ao trabalho de pesquisa e documentação do Museu, a saber, a Política de Acervo e Manual de Metodologia da Pesquisa de Mapeamento e Registro de Referências Patrimoniais. Com vistas a externalização de conteúdos sobre o acervo do Museu, a equipe do CRFB buscou ferramentas adequadas ao tipo de linguagem pretendida para os artigos de divulgação previstos como metas do Programa de Acervo. Assim, em junho foi criada um perfil do Museu do Futebol e do CRFB na plataforma chamada Medium, uma rede social dedicada ao compartilhamento de textos: <https://medium.com/museu-do-futebol>.

Os atendimentos no CRFB somaram, entre abril e junho, 488 pessoas, sendo 86 pesquisadores. Os atendimentos remotos (por telefone e email) somaram 102 e foram 8.766 acessos únicos ao banco de dados.

No **Programa de Exposições e Programação Cultural**, o público de visitantes presenciais foi de 64.449 em 78 dias de abertura, média de 826 por dia. O público de ações extramuros e SISEM somou 28.540. O público total do Museu no período foi de 92.989. Foram oferecidas 11 atividades

dentro da programação cultural, ocupando 16 dias e atraindo ao Museu do Futebol 1.845 pessoas, representando quase 3% do público presencial no primeiro trimestre.

Dentre as onze atividades oferecidas, destacamos, no mês de abril, a exibição, por meio de uma parceria com o canal de televisão ESPN da taça do campeonato inglês (Premier League). O troféu veio pela primeira vez ao Brasil e ficou no Museu, na sala Osmar Santos, entre 4 e 9 de abril. Já no mês de maio, destacamos a oficina “Violências Indizíveis no Futebol”, que reuniu 17 convidados para discutir como a violência de gênero (contra mulheres e público LGBT) repercute na prática do futebol. A oficina ocorreu dentro da Semana de Museus do IBRAM, que teve como tema “Dizer o indizível nos Museus”. A oficina foi uma co-realização Museu do Futebol e o Intermuseus, associação civil dedicada a unir a sociedade civil aos museus. Foi a primeira aproximação do Museu do Futebol com grupos LGBT, como times de pessoas gays e trans, pesquisadores, jornalistas e torcedores.

Como ações decorrentes desse diálogo, tivemos ações na semana da Parada do Orgulho LGBT em São Paulo (iluminação da fachada do Estádio, avatar nas redes sociais, divulgação no *videowall* e anúncio institucional de apoio à luta contra a homotransfobia no futebol). Foram instaladas placas de apoio ao respeito à diversidade no acesso aos banheiros da instituição, uma medida indicada pelo público transgênero.

Já no mês de junho, destacamos a realização do I Encontro Nacional de Mulheres de Arquibancada, que reuniu 320 torcedoras de 11 estados nacionais pertencentes a mais de 50 grupos e/ou torcidas. O evento foi inédito no Brasil e obteve excelente repercussão na mídia nacional e estrangeira. O objetivo foi a troca de experiência entre torcedoras, organizadas ou não, de diferentes clubes brasileiros, sobre questões como machismo, assédio e práticas ainda proibidas a mulheres nas arquibancadas (como tocar bateria ou tremular bandeira). O Encontro foi uma iniciativa de quatro torcedoras (uma de São Paulo, duas cariocas e uma do interior paulista) que conceberam a ideia e procuraram o Museu para a realização, por meio do Centro de Referência do Futebol Brasileiro. Foi redigido um documento com propostas de melhorias às mulheres nos estádios, clubes e torcidas.

Finalizando as ações do Programa de Exposições e Programação Cultural, foi lançada na Plataforma Google Arts & Culture as três exposições virtuais que integram do Projeto “We wear culture”. As exposições foram preparadas pela equipe do CRFB no último trimestre de 2016 e foram lançadas mundialmente em 8 de junho. O projeto reúne exposições feitas por mais de 180 instituições culturais de renome no mundo todo. Estão contemplados os ícones, os movimentos, os visionários e os criadores de moda, incluindo Alexander McQueen, Marilyn Monroe, Coco Chanel, Audrey Hepburn, entre muitos outros. As exposições lançadas pelo Museu do Futebol são (acesso pelo link:

<https://www.google.com/culturalinstitute/beta/partner/museu-do-futebol/>):

- "A HISTÓRIA DA CAMISA CANARINHO: como o amarelo ouro passou a vestir o Brasil"
- "CHUTEIRAS: a evolução do futebol na ponta dos pés"
- "ESTILO EM CAMPO: acessórios, cores e tecnologia na moda do futebol"

No **Programa Educativo**, no segundo trimestre de 2017, foram atendidas pelos educadores 12.084 pessoas, em visitas educativas agendadas, visitas ao Estádio, além de jogos, atividades e visitas educativas oferecidas ao público espontâneo. O total de atendimentos representa 18,7% do público total no período. Do total de atendimentos, 9.630 (79%) foram em visitas educativas agendadas, dos quais o maior volume, 4.965 (41%) proveniente escolas públicas, número maior que o período anterior. Foi observado leve recuperação do público de escolas estaduais, que teve acentuada queda nos trimestres anteriores.

Foram oferecidas 40 atividades na Programação Educativa com a participação de 1.317 pessoas. Damos destaque ao Espaço "Dente de Leite", dedicado ao público da primeira infância, oferecido todo o terceiro final de semana do mês, que tem alcançado espaço na mídia dedicada a passeios para crianças e famílias.

No **Programa de Integração ao SISEM-SP**, antecipamos a realização de uma das metas previstas para o terceiro trimestre, em razão dos prazos para inscrição de projetos no PROAC Editais. O projeto inscrito foi fruto de uma articulação entre o Museu do Futebol e o Museu de Esportes de São José dos Campos, pertencentes à Rede de Memória do Esporte. Outra ação que deriva da articulação do SISEM, a mostra itinerante "Visibilidade para o Futebol Feminino", composta por oito painéis e um vídeo, foi exibida na cidade de Sorocaba, no período 19 de maio a 2 de julho, no Museu Histórico Sorocabano e recebeu 17.098 visitantes. A mostra é uma iniciativa do Museu do Futebol e recebe apoio local para transporte e montagem.

No **Programa de Comunicação e Desenvolvimento Institucional**, destacamos o lançamento, no mês de abril, do novo site institucional do Museu do Futebol. Visando dar mais transparência a informações, melhorar a navegabilidade e permitir a integração com as mídias sociais, a plataforma no período obteve mais de 110 mil acessos, um crescimento de mais de 50% em relação ao primeiro trimestre de 2016.

Também em abril, inauguramos o perfil institucional na plataforma de música "Spotify", que em 3 meses obteve 705 seguidores. As redes sociais (Facebook, Instagram, Youtube e Twitter) somaram 4.147 novos seguidores no período, 40% a mais que o primeiro trimestre. Foram publicados 12 anúncios institucionais nos veículos Revista Piauí (edições de abril, maio e junho), site Torcedores.com (abril e maio) e Revista Táxi (edição de abril), além do sites da ESPN e UOL. Obtiveram-se como resultado do

relacionamento com a imprensa 439 inserções em veículos de comunicação, com destaque para o 1º Encontro Nacional de Mulheres de Arquibancada integrante da programação cultural do Museu, amplamente repercutido na mídia.

Como resultado dos esforços para a realização de parcerias, renovou-se os contratos com os veículos Revista Piauí e o jornal O Estado de S. Paulo por mais doze meses e efetivou-se acordo com a ESPN para a exibição da taça da Premier League no equipamento cultural, no período de 4 a 9/04. No período, a nova Instrução Normativa da Lei Rouanet foi estudada e o plano de cotas de patrocínio do Museu do Futebol reformulado para atender às novas regras.

Gestão de Recursos Humanos

Treinamentos que atendem às normas de Medicina e Segurança do Trabalho:

- NR10 e NR35: treinamentos voltados às equipes de Tecnologia e Manutenção, objetivando a busca de conhecimento com segurança às rotinas que envolvem "Segurança em Instalações e Serviços com Eletricidade" – NR10 e " Capacitação para Trabalho em Altura " – NR35.

O conteúdo programático desenvolvido para o treinamento da NR10 buscou focar os riscos em instalações e serviços com eletricidade, campos eletromagnéticos, técnicas de análise de risco, medidas de controle do risco elétrico como desenergização, aterramento funcional, isolamento de partes vivas, isolamento dupla ou reforçada dando assim maior ênfase aos equipamentos de proteção, sua necessidade e uso adequado, visando a qualidade de trabalho sem riscos.

No treinamento da NR-35 focamos as técnicas para as condutas em situações de emergência, incluindo noções de resgate e de primeiros socorros, sinalizações de segurança do local de trabalho, prevenção, conhecimento e controle de acidentes típicos em trabalhos em altura com análise de risco e condições impeditivas. Os treinamentos foram realizados nos dias 05 e 06 de junho, período integral, carga 8h00 para cada evento, in company. No treinamento da NR35 participaram 11 colaboradores do Núcleo de Tecnologia e do Núcleo de Manutenção e com a participação de 06 colaboradores da equipe de Manutenção no treinamento da NR10. A importância destes treinamentos não só agregam conhecimento com responsabilidade, mas também conscientizam os colaboradores do uso adequado do equipamento de segurança.

-Treinamento Cipa- NR5: Realizado no período de 24 a 27 de abril, carga de 20 horas, com a participação de um colaborador do Núcleo de Manutenção, indicação da diretoria, este treinamento veio reforçar o

conhecimento para a prevenção de Acidentes do Trabalho, competências e responsabilidades do cipeiro, bem como a observação e cumprimento da saúde e integridade física dos trabalhadores, preservando a qualidade no ambiente de trabalho.

- Brigada de Incêndio realizado no dia 24 de abril , carga de 8h00 ,com a participação de 30 colaboradores do Museu do Futebol, este treinamento propiciou à equipe participante conhecimento para atuar na prevenção e combate ao princípio de incêndio, abandono de área, bem como o reconhecimento de propagação do fogo, classes de incêndio , métodos de extinção, ventilação , agentes extintores e conhecimento de todo equipamento necessário ao combate do incêndio.

- Primeiros Socorros realizado em 29 de maio, carga horária de 8 horas, com participação de 26 colaboradores representantes dos diversos núcleos do Museu do Futebol. Este treinamento objetivou induzir ao participante o reconhecimento de uma situação emergencial, sua gravidade e condução de cuidados imediatos necessários ao atendimento correto dos diversos agravos à saúde, como emergências clínicas, queimaduras, ferimentos, fraturas, RCP (Reanimação Cárdio Pulmonar), hemorragias, utilização do DEA (Desfibrilador Externo Automático). Vários exercícios práticos foram ministrados à equipe através de orientações do instrutor, que conduziu e avaliou todos os procedimentos. Os treinamentos foram bem avaliados pelas equipes participantes que tiveram como foco principal a consciência e conhecimento com responsabilidade do uso adequado dos equipamentos de segurança.

Contamos também, neste trimestre, com participações de colaboradores em eventos, tais como cursos e seminários, que complementaram e agregaram conhecimentos compartilhados e que foram multiplicados entre as equipes, conforme descritos:

1- Encontro Paulista de Museus na sua 9ª edição (SISEM-SP) – Evento realizado nos dias 19 a 20 de junho, com o tema “ Infraestrutura e Segurança “. Participaram deste encontro, assistindo às palestras, os Diretores, Coordenador do Núcleo de Exposições e Programação Cultural, Coordenador do Núcleo de Operações e Infraestrutura e Assistente de Coordenação.

3- Seminário Arquivos, Cidadania e Interculturalismo: Realizado no auditório do Arquivo Público do Estado de SP, participação da Assistente de Documentação no dia 09 de junho, carga de 4h00, no encerramento do evento. O objetivo deste seminário foi promover para a sociedade a importância estratégica de organização e preservação de arquivos.

4-Laboratórios Digitais: um novo conceito na pesquisa e disseminação de acervos eletrônicos em Instituições de memória cultural. Realizado no dia 26 de abril, carga de 4h00, com a participação da Pesquisadora. Neste encontro foi abordado as metodologias desenvolvidas em laboratórios digitais como facilitadoras na interação de pesquisadores e demais usuários em estabelecer novas interpretações e possibilidades de uso dos objetos digitais.

QUADRO DE METAS TÉCNICAS DO MUSEU DO FUTEBOL - ANO 2017

1. PROGRAMA DE GESTÃO EXECUTIVA, TRANSPARÊNCIA E GOVERNANÇA

No **Programa de Gestão Executiva, Transparência e Governança** apresentamos na meta 1 os resultados parciais do “Plano para melhoria dos resultados da cessão onerosa dos espaços”, elaborado como parte das metas do segundo semestre de 2016 do Contrato 04/2016. Além de mudanças nos procedimentos internos, visando agilidade no atendimento ao cliente, destacamos o aprimoramento da comunicação dos espaços para eventos, com uma apresentação moderna e atraente disponível no site; o uso da ferramenta do Google Adwords e a atenção no atendimento. Como resultados parciais, obtivemos aumento das receitas com locação de espaços nos meses de janeiro a junho de 2017, comparado ao primeiro semestre de 2015 e 2016.

Apresentamos como meta que ficou pendente no período anterior, a “Política de concessão de gratuidades e descontos”, documento que visa ao planejamento de ações estratégicas de uso das gratuidades e descontos visando ao aumento do público visitante do Museu.

Foram inscritos dois projetos educativos em editais e prêmios voltados à área, a saber, o Prêmio Ibero-americano de educação em museus (IberMuseus) e o Prêmio Ações Inclusivas para pessoas com deficiência. Além disso, houve a resposta a diligências do Plano Anual do Museu do Futebol no PROAC, inscrito em 2016. O Plano foi aprovado para captação no primeiro semestre de 2017, no valor de R\$ 1.418.920,03 Outro projeto inscrito em lei de incentivo em 2016 foi o “Com a bola toda: esportes no Museu do Futebol”. O mesmo foi indeferido em fevereiro de 2017 e o IDBrasil entrou com pedido de reavaliação. O projeto foi aprovado em junho de 2017, no valor de R\$ 278.401,70. Contudo, os recursos para uso do ICMS na Lei Paulista de Incentivo ao Esporte já se esgotaram para o ano

Encaminhamos nos anexos os resultados da Ação 7 – “Realizar pesquisa quantitativa de perfil e satisfação de público no Museu do Futebol”, que estava pendente do Plano

de Trabalho de 2016 (4º. Trimestre). A ação foi concluída em junho de 2017, após 4 meses de realização.

AÇÕES A SEREM REALIZADAS		METAS DE PRODUTO E RESULTADOS A SEREM ALCANÇADAS			
No	Ação	Indicativo de Produtos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
1	Monitorar Plano para melhoria dos resultados da cessão onerosa dos espaços (Auditório, Foyer, Visitas exclusivas, etc.) (Eixo 3)	Relatório semestral da implantação das ações	1o tri	-	-
			2o tri	1	1
			3o tri	-	
			4o tri	1	
			META ANUAL	2	1
			ICM%	100%	50%
2	Conceber e implantar política de concessão de gratuidades e descontos para ingressos visando fidelização de públicos	Indicativo de Produtos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Plano entregue	1o tri	1	-
			2o tri	-	1
			3o tri	-	
			4o tri	-	
			META ANUAL	1	1
			ICM%	100%	100%
3	Inscrever projetos em Leis de Incentivo e editais (Eixo 3)	Indicativo de Produtos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		3 projetos inscritos	1o tri	-	-
			2o tri	1	2
			3o tri	1	
			4o tri	1	
			META ANUAL	3	2
			ICM%	100%	66%
4	Captar recursos financeiros (Eixo 3)	Indicativo de Resultados	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		22,3% de captação em relação ao repasse	1o tri	482.300	304.548
			2o tri	482.300	345.705
			3o tri	482.300	
			4o tri	482.300	
			META ANUAL	1.929.200	650.253
			ICM%	100%	33,7%

5	Realizar pesquisa de satisfação de público geral a partir de totem eletrônico e enviar relatório conforme orientações da SEC (Eixo 5)	Indicativo de Produtos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Nº de relatórios entregues	1o tri	1	1
			2o tri	1	1
			3o tri	1	
			4o tri	1	
			META ANUAL	4	2
			ICM%	100%	50%
6		Indicativo de Resultados	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Índice de satisfação (= ou > 80%)	1o tri	(= ou > 80%)	96%
			2o tri	(= ou > 80%)	94%
			3o tri	(= ou > 80%)	
			4o tri	(= ou > 80%)	
			META ANUAL	(= ou > 80%)	95%
	ICM%		100%	100%	
7	Atualizar o Plano Estratégico do Museu do Futebol (2017-2018)	Indicativo de Produtos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Plano atualizado entregue	1o tri	1	-
			2o tri	-	1
			3o tri	-	
			4o tri	-	
			META ANUAL	1	1
			ICM%	100%	100%
8		Indicativo de Resultados	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Monitoramento anual (síntese das ações/resultados)	1o tri	-	-
			2o tri	-	
			3o tri	-	
			4o tri	1	
			META ANUAL	1	-
	ICM%		100%	-	

No	Ação	Indicativo de Resultados	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
9	Realizar projeto Conviver (Programa de Consciência Funcional) – Eixo 2	Número de encontros oferecidos	1o tri	2	2
			2o tri	2	2
			3o tri	2	
			4o tri	2	
			META ANUAL	8	4
			ICM%	100%	50%
10		Indicativo de Resultados	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Número de funcionários atendidos	1o tri	10	15
			2o tri	10	12
			3o tri	10	
			4o tri	10	
			META ANUAL	40	27
ICM%	100%		67,5%		
11	Elaborar Cartilha para acolhimento de novos funcionários - EIXO 2	Indicativo de Produtos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Cartilha entregue	1o tri	1	1
			2o tri	-	
			3o tri	-	
			4o tri	-	
			META ANUAL	1	1
			ICM%	100%	100%

Detalhamento da meta 1 - Monitorar Plano para melhoria dos resultados da cessão onerosa dos espaços

Para a melhoria do desempenho da receita advinda da cessão onerosa de espaços para eventos no Museu do Futebol, no período de janeiro a junho de 2017, foram realizadas as seguintes ações, conforme Plano enviado no Relatório Anual de 2016:

a) MELHORIA DE PROCEDIMENTOS E NORMAS INTERNAS

Foram realizadas as seguintes ações:

1. A proposta comercial para eventos foi reformulada de modo que abarcasse, com clareza, os pontos acordados/tratados em contato presencial e/ou telefônico e as especificidades dos espaços.

2. Foram eliminados documentos os quais os clientes tinham que preencher para que, em seguida, recebessem a proposta comercial. Entendeu-se que desonerando o cliente de imputar informação sobre a empresa e os detalhes do seu evento, e, ao invés disso, dispensando atenção ao telefone/presencialmente para entender suas necessidades, a proposta comercial seria mais assertiva. Ao mesmo tempo, no processo de entendimento das expectativas do cliente, pode-se oferecer uma solução adequada para que o negócio se efetive.
3. As normas de utilização dos espaços igualmente foram revisadas e atualizadas, em conjunto com as equipes de manutenção e tecnologia – envolvidas nos eventos de terceiros.
4. O contrato para a formalização da cessão onerosa dos espaços também passou por revisão interna e posterior validação com a assessoria jurídica.

b) CONHECIMENTO DO MERCADO E ESTRATÉGIAS DE NEGOCIAÇÃO/DIVULGAÇÃO

Dentre as ações previstas no Plano, damos destaque a:

1. Revisão e atualização das informações no site institucional do Museu do Futebol. Dentro dessa ação, foi elaborada uma apresentação dos espaços com fotos, mapas e ficha técnica. Procurou-se adotar uma linguagem mais direta para que o público-alvo encontrasse as informações relativas aos espaços e suas potencialidades, bem como o contato da equipe de atendimento ao cliente com facilidade.



Apresentação dos espaços passíveis de locação, mais atraente a possíveis clientes

EVENTOS CORPORATIVOS





O MUSEU DO FUTEBOL É UM LOCAL FASCINANTE PARA EVENTOS CORPORATIVOS PELA SUA MAGNITUDE E BELEZA ARQUITETÔNICA EM ESTILO ART DÉCO.

TEM LOCALIZAÇÃO PRIVILEGIADA NA PRAÇA CHARLES MILLER, COM AMPLO PÁTIO PARA ESTACIONAMENTO DE CARROS.






COMPORTA EVENTOS DOS MAIS VARIADOS FORMATOS NO SEU AUDITÓRIO, FOYER EXTERNO E SALAS GRANDE ÁREA E OSMAR SANTOS.



AUDITÓRIO ARMANDO NOGUEIRA

174 CADERAS FIXAS E 04 LUGARES PARA CADERANTES

DIMENSÕES 15M X 12M

PALCO 14M X 2,6M X 0,96M

CABINE DE 50M E LUZ

SALAS PARA TRADIÇÃO SIMULTÂNEA

HALL DE ENTRADA PARA COFFEE BREAK

DISPONÍVEL DE SEGUNDA A SÉGUNDA, 9H AS 22H

ARMANDO NOGUEIRA

JORNALISTA ESPORTIVO PRIMEIRO DO TELEJORNALISMO BRASILEIRO.

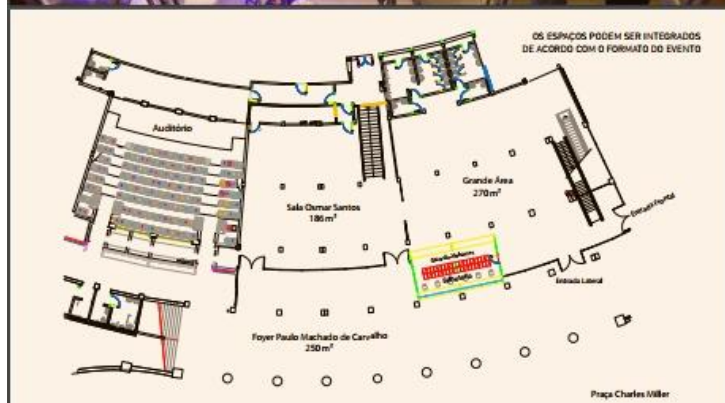


SALA GRANDE ÁREA

270m²
DIMENSÕES 17m X 16m
É A PRIMEIRA SALA EXPOSITIVA DO MUSEU
APRESENTA REPRODUÇÕES DE ITENS DE COLECIONADORES
QUE REVELAM A PAIXÃO DO TORCEDOR PELO FUTEBOL.
ACOMODA 200 PESSOAS EM COQUETE.

DISPONÍVEL
AS SEGUNDAS-FEIRAS
DE TERÇA A SEXTA, A PARTIR DAS 17H
SÁBADO E DOMINGO, A PARTIR DAS 18H

GRANDE ÁREA
É DIVIDIDA EM DUAS ÁREAS RETANGULARES QUE ANTECEDEM
O SALÃO DE FUTEBOL. DENTRO DA GRANDE ÁREA EXISTE A HABEA
DO PÊNALTI.



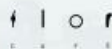
UMA VISITA EXCLUSIVA À EXPOSIÇÃO DO MUSEU DO FUTEBOL PODE FAZER PARTE DO ROTEIRO DO EVENTO.
ELAS ACONTECEM QUANDO O MUSEU ESTÁ FECHADO PARA O PÚBLICO E SÃO REALIZADAS POR EMPRESAS QUE DESEJAM
PROPORCIONAR A SEUS CONVIDADOS UMA EXPERIÊNCIA DIFERENTE.
O PERCURSO ENVOLVE HISTÓRIA, EMOCÃO E DIVERSÃO. ATÉ MESMO OS MENOS FÃS DO FUTEBOL SE EMOCIONAM.
DISPONIBILIDADE: AS SEGUNDAS-FEIRAS OU DE TERÇA A SEXTA-FEIRA, A PARTIR DAS 17H.



SERVIÇO

O CAFÉ DO MUSEU DO FUTEBOL É OPERADO POR UM
CONCESSIONÁRIO, O FLOR CAFÉ, QUE OFERTA SERVIÇO DE BUFFET
AS EMPRESAS INTERESSADAS.

MARISA KANDA
FLOR CAFÉ
T: 11 3362 0888 - 3313 1583
CEL: 11 9 9647 9548
E-MAIL: MARISABFLORCAFE.COM.BR





2. Para a revisão da tabela de preços da cessão onerosa dos espaços para eventos e visitas exclusivas à exposição (com ou sem mediação por educador), iniciou-se a realização contatos com instituições da área museológica que contam com esses tipos de serviços e também com algumas instituições hoteleiras com auditório. Foram realizados contatos com as seguintes instituições: Museu da Casa Brasileira, Pinacoteca do Estado de São Paulo, Museu de Arte de São Paulo (MASP), Museu de Arte Moderna (MAM), Hotel Reinassence, Hotel Intercontinental e WZ Hotel Jardins.

Após a consolidação do *benchmarking* realizado e a análise das oportunidades para aumento da demanda para os espaços do Museu, será reformulada, no 3º trimestre, a tabela de preços atual.

3. Para o aumento da receita advinda desse canal, em conjunto com a equipe de tecnologia, foram adicionadas, já no 1º trimestre, palavras por meio de "add Words" no Google para que a página sobre os espaços para eventos no site institucional do Museu do Futebol fosse indexada no topo da página do sistema de busca.

c) CRIAÇÃO DE PROCESSO DE MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO

1. Implantação de rotina de alimentação de banco de dados de clientes que já realizaram eventos no Museu e outros potenciais. Todo contato recebido é registrado em planilha para futuras ativações de contatos por meio de e-mail marketing e/ou telefonemas.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
		Empresa	Contato	E-mail	Telefone	Área/Visita	Evento	Convidados	Data	Dia da Semana
23		Top Brand	Edu Rezende	edu.rezende@santofc.com.br	11 3257 4092	Audatório Armando Nogueira	Lançamento do projeto de Branding do Santos FC	a definir	3-mai-17	Ter.
24		Global Events	Soraya Ibner	eventos@sorayalbner.com.br	11 999892602	Sala Grande Área, Visita Exclusiva, Montagem	Coquetel Comemorativo Chemo do Brasil	100	23-mai-17	Ter.
25		PHILA BRASIL	Annelise Godoy	annegodoy2@gmail.com	11999747000	Sala Grande Área e Visita Exclusiva ao Museu do Futebol	Coquetel para executivos	100	12-jun-17	seg
26		GUIA MARKETING	Myriam Oliveira	myriamoliveira@guiamkt.com.br		Foyer Externo e Sala Osmar Santos	Apresentação SOFC e Exibição da semifinal da Champions League	60	9-mai-17	Ter.
27		Agência EA	Arthur Souza	a.souza@agenciaea.com	11 9 7653 5440	Audatório Armando Nogueira e Foyer Paulo Machado de Carvalho	Palestra	100/02/03/04	jun-17	sex/ sab/ dom
28		CASA AZUL	Danilo	comunicacao@filp.org.br	11 3081 6331	Audatório Armando Nogueira	Coletiva de Imprensa	70	23-mai-17	Ter.
29		GMARTINI EVENTOS	Camila Ferretti	camila@gmartineventos.com.br	11 5081 6173	Audatório Armando Nogueira, Foyer Paulo Machado de Carvalho e Osmar Santos	ENCONTRO ANUAL 2017	180	Junho - a definir	
30		General Business	Paulo Japur	eventos1@gbeventos.com.br	11 2193 2099	Audatório Armando Nogueira, Sala Osmar Santos	Road Show	200	4-mai-17	quín
31		Comunidade Zen Budista	Edvaldo M. Armellini	zendobrasil@gmail.com	11 9 9630 2626	Audatório Armando Nogueira	Palestra Zen Budista	178	25-mai-17	quín
32		EDENRED	Eder Vitor Moretto	eder.moretto@edenred.com	11 99256 0083	Sala Osmar Santos e Ingressos para visitar o Museu		35	27-abr-17	quín
33		AT2D Eventos e Comunicação	Tatiana Nicoletti	tatiana@at2d.com.br		Audatório Armando Nogueira e Foyer Paulo Machado de Carvalho	ASICS - Convenção de Vendas Spring 2018	130	20-mai-17	sab

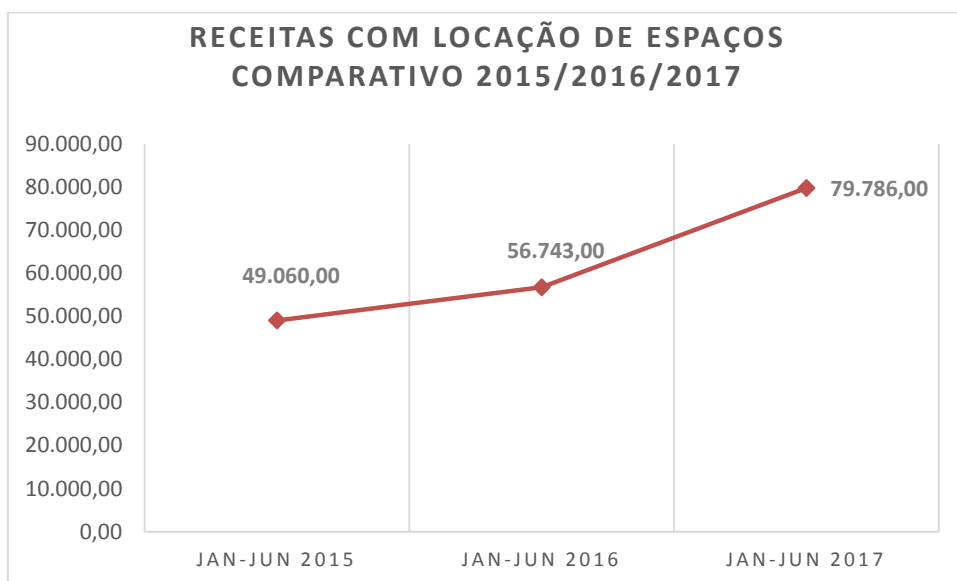
2. Implantação de rotina de contato com cliente após a realização do evento para agradecimento e levantamento de eventuais melhorias no processo.

Com o prévio levantamento dos principais atributos, a partir do 3º trimestre a pesquisa de satisfação pós-evento será encaminhada por e-mail no dia posterior ao evento.

A pesquisa também abará pontos relativos à infraestrutura dos espaços para que se possa elencar as oportunidades de melhorias.

Resultados parciais

Como resultado dos esforços para o aumento da receita advinda da cessão onerosa dos espaços do Museu do Futebol para eventos de terceiros, gerou-se a receita de R\$ 79.786,00 ao final do 2º trimestre de 2017. Como comparação, a receita por meio desse canal no mesmo período do ano de 2015 foi de R\$ 49.060,00 e de 2016, R\$ 56.743,00. Portanto, o desempenho de 2017 foi 62% maior que em 2015 e 40% maior que em 2016.



Detalhamento da meta 2 - Conceber e implantar política de concessão de gratuidades e descontos para ingressos visando fidelização de públicos

Conforme justificado no Relatório do 1º. Trimestre de 2017, a entrega dessa meta foi adiada para o presente documento.

POLÍTICA DE CONCESSÃO DE GRATUIDADE E DESCONTOS PARA INGRESSOS MUSEU DO FUTEBOL JUNHO-2017

Desde a inauguração do Museu do Futebol em 2008, o IDBrasil Cultura, Educação e Esporte, Organização Social responsável por sua gestão, adota concessão de gratuidade em consonância com as diretrizes da Secretaria da Cultura do Estado de São Paulo e amplia essa concessão para outros grupos ou situações, levando em consideração as especificidades do Museu, sua localização, e oportunidades circunstanciais, seja com objetivo de diversificar o acesso mobilizando diferentes públicos, seja com o objetivo de ampliar o número de visitantes ou mesmo atrair visitantes com potencial de divulgar o Museu, como taxistas, professores, guias de turismo, e por consequência atrair novos visitantes.

A principal fonte de receita do Museu é o repasse de recurso da Secretaria da Cultura, porém não suficiente. O modelo do contrato de gestão prevê a diversificação de fontes de receitas e, mais recentemente, prevê a participação crescente das receitas extra repasse do governo no orçamento total da entidade. As demais fontes de receitas são da iniciativa privada –

patrocinadores / parcerias, com aportes em leis de incentivo ou doações, e fontes próprias do Museu, como cessão de uso de espaços, exploração comercial de lojas, cafés, e bilheteria.

A receita de cobrança de ingressos, embora de contribuição marginal nos custos de manutenção do Museu, com média de 6,1% nos últimos 5 anos – 2012 a 2016 – é relevante na sua sustentabilidade financeira; no cenário atual, em decorrência da retração econômica, o repasse público destinado ao Museu sofreu redução nominal, e as fontes alternativas, como patrocínio e aportes de recursos de leis de incentivo, estão cada vez mais escassas e de difícil mobilização.

Neste contexto, a gestão da receita de bilheteria envolve o desafio do equilíbrio entre maximização de arrecadação, e maximização de público visitante.

A visitação do Museu é maior em dias de gratuidade. Porém, O IDBrasil não dispõe pesquisas que verificam quanto do aumento de público nos dias de gratuidade se potencializa pela divulgação do próprio Museu nas mídias, pela veiculação da informação da gratuidade, usualmente em dias promocionais específicos, tais como dia das mães, aniversário da cidade, aniversário do Museu, dentre outros.

Concessão de pelo menos um dia de gratuidade por semana a todos os visitantes é uma política da Secretaria da Cultura, a qual facultava a definição do dia aos gestores dos museus. Em maio de 2014, uma portaria do Secretário da Cultura unificou o dia da gratuidade aos sábados. Inicialmente, o Museu do Futebol concedia a gratuidade às quintas-feiras.

Observava-se, no Museu do Futebol, com gratuidade às quintas-feiras, um público significativamente maior às quintas e sábados, com público até 45% superior nesses dias. Com a gratuidade aos sábados, observa-se uma concentração ainda maior, com o público aos sábados atingindo de 2 a 2,5 vezes o público dos demais dias da semana.

Não obstante a necessidade de maximizar arrecadação com a bilheteria, a necessidade de democratização do acesso em um equipamento público e sem fins lucrativos, é de suma importância no cumprimento das responsabilidades sociais do Museu do Futebol, que busca dialogar com todos os públicos para o cumprimento de sua missão.

O item preço é um item relevante na democratização do acesso ao Museu, ao qual se somam os meios de transporte, a comunicação do Museu, o acolhimento dos diferentes grupos, a acessibilidade nas instalações e ao conteúdo das exposições.

As concessões de gratuidade praticadas atualmente praticadas pelo Museu:

por orientação da Secretaria da Cultura:

- ✓ Grupos de estudantes provenientes de escolas da rede pública de ensino Municipal, Estadual e Federal (Ensino Fundamental I e II e Ensino Médio), desde que seja uma ação da instituição de ensino;
- ✓ Grupos de Instituições e Programas Sociais;
- ✓ Professores da Rede Pública (Municipal, Estadual ou Federal), com apresentação do holerite do mês anterior ou corrente (impresso ou digital). A gratuidade é estendida para 1 acompanhante;
- ✓ Pessoas com deficiência. A gratuidade é estendida para 1 acompanhante;
- ✓ Policiais militares, civis e da Polícia técnico-científica da Secretaria de Segurança Pública do Estado de São Paulo. A gratuidade é estendida ao cônjuge ou companheiro (a), filhos e menores tutelados ou sob guarda que os acompanhar na visita - Resolução SC - 39, de 15 de julho de 2010;
- ✓ Visitantes portando o "Passaporte dos Museus" da Secretaria da Cultura do Estado de São Paulo;
- ✓ Visitantes do "Circular Turismo SP", mediante apresentação do bilhete válido;
- ✓ Funcionários da Secretaria da Cultura do Estado de São Paulo, mediante apresentação do crachá;
- ✓ Funcionários dos Museus da Secretaria da Cultura do Estado de São Paulo, mediante apresentação do crachá;
- ✓ Associados do ICOM, mediante apresentação de carteirinha; Além do documento comprobatório, apresentar documento de identidade.
- ✓ Crianças até 7 anos;

por orientação do IDBrasil / Museu do Futebol:

- ✓ Funcionários de empresas e instituições parceiras quando a gratuidade estiver expressa em Termo de Parceria entre o IDBRASIL e a empresa/instituição parceira;
- ✓ Promoções especiais do Museu, como aniversário de clubes

- ✓ Comemorações dias especiais, como aniversário do Museu.
- ✓ Taxistas que apresentem o CONDUTAXI + 1 acompanhante

descontos atualmente praticados no Museu do Futebol, de acordo com a lei da meia entrada

- ✓ Professores da Rede Particular de Ensino;
- ✓ Estudantes individuais com apresentação de carteirinha atual;
- ✓ Aposentados;
- ✓ Idosos com mais de 60 anos.

A política de concessão de gratuidades e descontos para o Museu do Futebol tem como objetivo principal o aumento de público do Museu, a democratização do acesso, permitindo maior diversidade de público visitante e como objetivo.

A Política de Gratuidade pré-estabelecida e aprovada proporcionará melhor organização do fluxo interno de informação e o planejamento das ações necessárias à comunicação eficaz das gratuidades e demais providências operacionais.

As gratuidades e descontos já implantados serão mantidos.

A) Promoções em datas comemorativas

Objetivo: Planejamento anual dos dias de gratuidade e datas comemorativas para oferecimento de descontos.

Datas pré-indicadas, sujeitas a revisão anual.

Gratuidades para todos os públicos

- ✓ Aniversário da cidade de São Paulo (25 de janeiro)
- ✓ Aniversário do Estádio do Pacaembu (27 de abril)
- ✓ Aniversário do Museu do Futebol (29 de setembro)
- ✓ Dia das Crianças (12 de outubro)
- ✓ Dia da Consciência Negra (20 de novembro)
- ✓ Dia internacional da Pessoa com Deficiência (3 de dezembro)

Promoções/descontos para segmentos

- ✓ Dias do Espaço Dente de Leite (terceiro final de semana do mês): pais com crianças até 3 anos pagam meia entrada
- ✓ Dia internacional de Mulher (8 de março)- gratuidade para mulheres
- ✓ Dia das mães: gratuidade para mães acompanhadas de seus filhos
- ✓ Dia Internacional dos Museus (18 de maio) - gratuidade
- ✓ Dia do Futebol (19 de julho): aqueles que vierem ao Museu ganham um voucher para retornar em até 3 meses
- ✓ Dia dos Pais (2º domingo de agosto): gratuidade para os pais que vierem acompanhados dos seus filhos
- ✓ Dia do Idoso (01 de outubro): gratuidade para idoso (maior 60 anos)
- ✓ Sócios torcedores dos quatro maiores clubes paulistas nos meses dos respectivos aniversários – São Paulo (janeiro), Santos (abril), Palmeiras (agosto) e Corinthians (setembro) – meia entrada / a partir de 2018, promoção será válida para todo sócio torcedor, de qualquer time.

B) Ampliação de acesso e divulgação o Museu

- ✓ Vale Ingresso – traga seus familiares/amigos - vale de 5 ingressos, oferecidos aos grupos de crianças de escola pública, na saída do Museu, para retornarem ao Museu com os familiares ou amigos.
- ✓ Combo Família: desconto de 10% para grupos a partir de 4 integrantes, da mesma família
- ✓ Combo Turismo: desconto progressivo para grupos, na presença de Agentes de Turismo cadastrados no Museu:
 - 10% (grupos de 10 a 19 pessoas)
 - 20% (grupos e 20 a 29 pessoas)
 - 30% (grupos a partir de 30 pessoas)
- ✓ Familiares de funcionários e colaboradores próprios ou terceirizados do IDBRASIL quando acompanhados destes e identificados na bilheteria do Museu – gratuidade;

- ✓ Grupos de estudantes dos Cursos Gratuitos do Sistema **S (SESC, SENAC E SENAI)**- gratuidade
- ✓ Agentes de Turismo – gratuidade
- ✓ Vale Ingresso Retorno: 15 dias antes de abertura de novas exposições, um vale ingresso para cada visitante retornar, válido pelo período da nova exposição
- ✓ Vale Presente: Cartão Ingresso no Museu do Futebol: cartão colecionável do Museu do Futebol, com carga de ingressos na quantidade solicitada, para presente. Pode ser adquirido pelo visitante na bilheteria, ou na Loja do Museu. (valor dos ingressos + valor do cartão).

Exemplo de layout de Vale Presente.



Detalhamento da meta 3 - Inscrever projetos em Leis de Incentivo e editais (Eixo 3)

Inscrição em editais de prêmios

Foram inscritos os projetos educativos *Museu Amigo do Idoso e Deficiente Residente* em dois prêmios nas áreas de museu e de acessibilidade, respectivamente a saber, o VIII Prêmio Iberoamericano de Educação em Museus, fomentado pela associação IberMuseus, e o VI Prêmio Ações Inclusivas para Pessoas com Deficiência, fomentado pela Secretaria da Pessoa com Deficiência. Abaixo os e-mails de comprovação.



-----Mensagem original-----

De: ibermuseus.convocatorias@gmail.com [mailto:ibermuseus.convocatorias@gmail.com]

Enviada em: quarta-feira, 24 de maio de 2017 15:58

Para: educativo@museudofutebol.org.br

Assunto: Página web IBERMUSEOS

Obrigada por participar dos nossos editais. Sua candidatura foi enviada e será considerada e avaliada. Visite nosso site para mais informações ou entre em contato conosco pelo e-mail: convocatorias@ibermuseos.org

ibermuseos.org

De: notification@sedpcd.sp.gov.br [mailto:notification@sedpcd.sp.gov.br]

Enviada em: quinta-feira, 22 de junho de 2017 11:24

Para: educativo@museudofutebol.org.br

Assunto: Resposta Automática

NR: 4EA848

Sua reserva foi efetuada com sucesso.

Este email não deve ser respondido, em caso de dúvidas mande sua mensagem para o endereço: premio@sedpcd.sp.gov.br

Além disso, houve a resposta a diligências do Plano Anual do Museu do Futebol no PROAC, inscrito em 2016. O Plano foi aprovado para captação no primeiro semestre de 2017, no valor de R\$ 1.418.920,03

Outro projeto inscrito em lei de incentivo em 2016 foi o "Com a bola toda: esportes no Museu do Futebol". O mesmo foi indeferido em fevereiro de 2017 e o IDBrasil entrou com pedido de reavaliação. O projeto foi aprovado em junho de 2017, no valor de R\$ 278.401,70. Contudo, os recursos para uso do ICMS na Lei Paulista de Incentivo ao Esporte já se esgotaram para o ano.

Detalhamento da meta 4 - Captar recursos financeiros

Modalidade / Fonte de Captação	1º TRIMESTRE (em R\$)	2º TRIMESTRE (em R\$)	TOTAL até a data (em R\$)
Receitas de Bilheteria	176.629	144.907	321.536
Aluguéis/Reembolsos	71.230	103.971	175.201
Cessão de Espaço - Eventos	47.735	84.770	132.505
Convênios/Patrocínios e Doações	8.954	11.689	20.643
Outras Receitas	-	368	368
TOTAL Captação 1º trimestre	304.548	345.705	650.253
Meta Captação do Trimestre = 25% da Captação Anual	482.300	482.300	964.600
Índice de cumprimento da meta do Trimestre	63,1%	71,7%	67,4%
Meta Captação Anual (22,3% sobre o valor do repasse)	1.929.200	1.929.200	1.929.200
Índice de cumprimento da meta do Ano	15,8%	17,9%	33,7%

Embora tenhamos conseguido aumentar em aproximadamente 13,5% a receita de captação deste 2º trimestre, em comparação ao 1º trimestre, ainda não atingimos a meta. O impacto de público pagante na bilheteria é um dos fatores, aliado ao fato de ainda não fechado acordos de patrocínio. Destacamos como ponto positivo o aumento considerável na captação da cessão onerosa de espaços (cessão de espaços para realização de eventos) que aumentou em torno de 77,6% em relação ao primeiro trimestre de 2017.

Detalhamento das metas 5 e 6 - Realizar pesquisa de satisfação de público geral a partir de totem eletrônico e enviar relatório conforme orientações da SEC

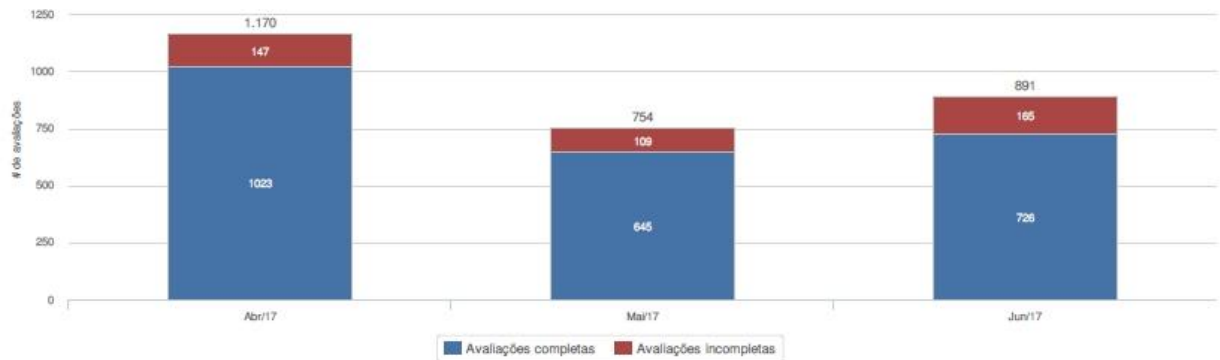
Abaixo, os relatórios obtidos a partir do sistema SOLVIS, utilizado na coleta dos dados do público espontâneo do Museu do Futebol.

Relatório de Participação

Pesquisa: Museu do Futebol

Filtros:

- avaliações realizadas nos seguintes dias da semana: Domingo, Terça, Quarta, Quinta, Sexta, Sábado
- apenas avaliações com duração acima de 10s



O gráfico acima demonstra a participação do público na pesquisa, maior no mês de abril, com 1.170 respostas, sendo 1.023 completas. O Museu, por meio dessa ferramenta, tem mantido altos índices de respostas completas, o que aumenta a confiabilidade dos dados coletados.

Abaixo o relatório consolidado do período de 1 de abril a 30 de junho, por cada pergunta.

Relatório Consolidado

Pesquisa: Museu do Futebol

Filtros:

- avaliações entre 01/04 e 30/06

1. Esperamos que você tenha aproveitado a visita ao Museu do Futebol. Vamos falar sobre ela?

a) Sim, quero falar sobre a visita.	2539	81,7%
b) Não, quero apenas deixar um comentário	568	18,3%

3107 respostas

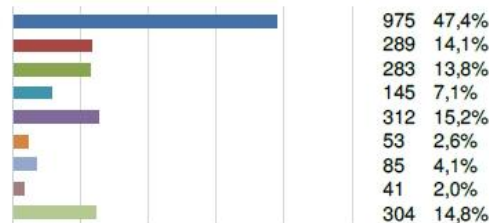
2. É a sua primeira visita ao Museu do Futebol?

a) Sim	2092	83,3%
b) Não (Quantas vezes já nos visitou?)	420	16,7%

2512 respostas

3. Como você nos conheceu?

- a) Indicação de amigo / familiar
- b) Site do Museu
- c) Redes sociais do Museu (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube)
- d) Jornal/Revistas
- e) TV
- f) Rádio
- g) Guias e sites de turismo
- h) Agências de viagem
- i) Outros



Seleção múltipla permitida

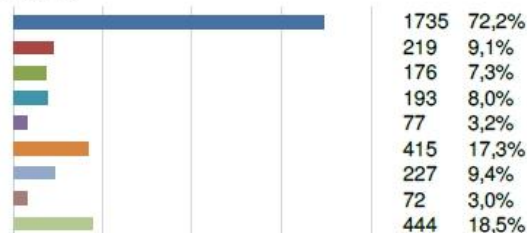
2056 respostas

4. Qual(is)?



5. Quais os motivos da sua visita? Você pode escolher mais de uma alternativa.

- a) Conhecer o Museu
- b) Conhecer a exposição temporária
- c) Rever ou complementar uma visita anterior
- d) Pesquisar/estudar algum tema / fazer trabalho escolar
- e) Participar de atividades específicas (palestras, cursos, oficinas, etc.)
- f) Trazer ou acompanhar os filhos(as)/família/amigos(as)/namorado(a)
- g) Entrada gratuita/baixo valor do ingresso
- h) Estava próximo e resolveu entrar/mora perto/trabalha perto
- i) Sou aficionado(a) por futebol / adoro futebol



Seleção múltipla permitida

2403 respostas

6. O que achou da Exposição principal do Museu do Futebol?



**Média
4,68**

2384 respostas

7. Qual a probabilidade de você recomendar o Museu do Futebol?



**NPS
77**

2371 respostas

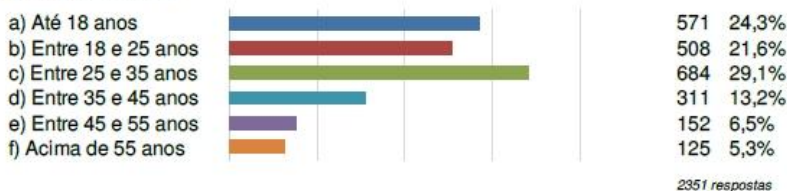
8. O que poderia ser melhor para que você nos recomendasse?



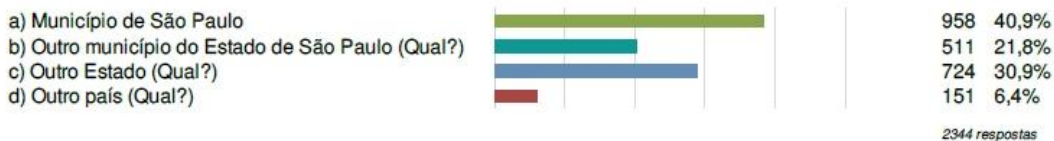
9. Como você se reconhece?



10. Qual a sua idade?



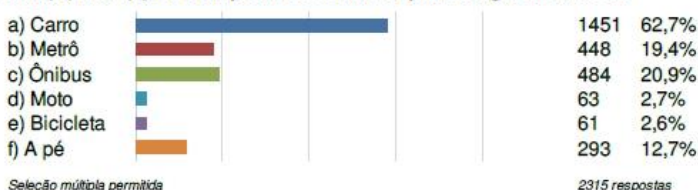
11. Onde você mora?



12. Qual a sua escolaridade?



13. Qual(is) meio(s) de transporte você utilizou para chegar ao Museu?





Ainda que de índice baixo, é pertinente informar que, do total de respostas, apenas 30% deixam comentários, sugestões ou críticas, sendo que desse percentual, mais de 90% são comentários positivos e elogios. Trata-se de um problema amplo, cuja resolução escapa ao alcance de atuação exclusiva do Museu do Futebol. A direção tem envidado esforços para informar e solicitar apoio dos órgãos municipais e estaduais que atuam na Praça Charles Miller, como o CET e a Polícia Militar.

Detalhamento das metas 9 e 10 - Realizar projeto Conviver (Programa de Consciência Funcional)

Justificativa da superação da meta de resultado (número de funcionários atendidos)

A superação é devida à escolha das equipes participantes, que no trimestre somaram 12 pessoas, incluindo não apenas funcionários, mas também Jovens Aprendizes. A superação não onerou o Museu do Futebol pois trata-se de uma ação interna.

Detalhamento da ação

Proponente: Bruna Colucci e José Rodrigues Neto

Datas: 15/06/2017 – encontro I
21/06/2017 – encontro II

Participantes - Encontro I: Diego, Eduardo, Pedro (tecnologia) / Carlito, Rui (manutenção).

Participantes - Encontro II: Anselmo, Davi, Vinicius (tecnologia) / Anderson, Ednilson, Jéssica, Jorge (manutenção).

Diferente das edições anteriores, desta vez foi feita a mesma proposta de atividade para os dois grupos supracitados. Abaixo, o relato das impressões pessoais dos educadores:

Encontro I: Ambientamos o lounge com e.v.a's e almofadas e convidamos os participantes a entrar e tirar os sapatos. Como feito nas edições anteriores, ao envolver um núcleo que antes não havia participado do projeto, nós fazemos uma entrevista com os participantes, em um pré-encontro (ocorrido em 09/06). Foi a primeira vez que envolvemos o Núcleo de Tecnologia, e acreditamos ser por isso que tanto no pré-encontro, assim como no momento das propostas, notamos que o grupo estava ansioso e curioso para saber o que íamos propor, o que achamos ser bastante natural e positivo.

Na primeira parte, em roda, tivemos uma breve fala dos educadores proponentes, na qual pontuamos novamente o que era o projeto e o quanto queríamos que o grupo ficasse à vontade para participar as atividades. Para nós, esse tipo de fala tornou-se essencial, pois sentimos que algumas vezes

as equipes ficam com certo receio de participar e/ou se expor, achando, entre outras coisas, que as atividades possam ter algum cunho avaliativo.

Após este primeiro momento, a educadora Bruna conduziu a primeira atividade, um aquecimento que também já é padrão do projeto – a “proposta quebra-gelo”. O aquecimento teve como objetivo despertar o sentir e trazer os participantes para o momento e ambiente presentes. Apagamos as luzes e os participantes foram orientados se concentrarem primeiramente em si mesmos, em seu corpo, e, então, no ambiente externo.

“Perceba seus pensamentos e tente estar cada vez mais aqui, presente. Sua mente e corpo, presentes. Sem interferências externas.”

Foi um momento que além de proporcionar relaxamento, trouxe mais concentração. Ali, acreditamos que o grupo se compreendeu como tal. Após, demos continuidade propondo a atividade principal, onde disponibilizamos uma folha de papel canson para cada um, potes com tinta guache e pinceis no centro do círculo. A atividade consistia em desenhar uma parte de seu próprio rosto na folha, que circularia por todos os participantes que deveriam ir completando o desenho, fazendo outras partes do rosto de seus colegas. A atividade terminaria somente quando cada folha retornasse para seu dono. O grupo foi bem receptivo e entregue quanto à proposta, e, ao som de uma música bem calma, começaram a desenhar.



Com o término dos desenhos, abrimos uma roda de conversa que teve como ponto de partida alguns temas, como: memória / o que cada um sentiu ao trabalhar com estes materiais; falamos também da importância de olhar para o outro, não só o olhar para fazer a atividade, mas no sentido de perceber o outro; conversamos bastante sobre o que é trabalhar em um museu / instituição cultural, o que sentem de diferença entre trabalhar aqui e em outros lugares etc. A partir desse momento, os participantes foram

colocando suas impressões e opiniões e fomos construindo um diálogo bastante reflexivo.

Nessa conversa destacamos que foi dito por um dos participantes, que colocou o quanto este momento foi prazeroso, e o quanto foi importante ter essa “quebra” na rotina de trabalho: *“Para mim que trabalho dentro de uma sala fechada, só este ambiente já é um colírio.”*

Ao encerrar, pedimos para que todos não contassem sobre os acontecimentos durante a atividade, pois isso poderia influenciar os participantes da semana seguinte.

Encontro II: O segundo grupo foi também o grupo com maior número de pessoas. Como as propostas foram as mesmas, assim como no encontro I nós ambientamos a sala e convidamos os participantes a entrarem e tirarem os sapatos. Existia quase uma predominância de funcionários da equipe de manutenção, que já havia participado do encontro anterior (primeiro trimestre), então neste encontro sentimos que pelo menos a maioria dos funcionários estava mais à vontade já no primeiro momento.

Nós iniciamos novamente explicando sobre o projeto, principalmente para aqueles que estavam na primeira vez e logo iniciamos com a “proposta quebra gelo”. Sentimos que este grupo estava mais confortável, o que acreditamos ser devido à participação de alguns no trimestre anterior. Muitos deitaram nos e.v.a’s e relaxaram enquanto a educadora Bruna conduzia a proposta.

Ao acender as luzes novamente e iniciar o processo para atividade principal, foi perceptível o quanto essa primeira proposta influenciou os participantes. Todos estavam mais calmos e menos ansiosos.

Explicamos a proposta e distribuímos os materiais, e todos iniciaram os seus desenhos. Durante a atividade todos sorriam trocavam materiais como pinceis, tintas até mesmo comparavam o desenho com a pessoa desenhada.

“Não faço uma atividade como esta há muitos anos, isso fez me voltar à infância novamente”.



Terminados os desenhos, os educadores iniciaram uma roda de conversa, seguindo o mesmo molde da turma anterior. O assunto predominante foi a questão do trabalho em grupo, de necessitarmos um do outro para gerar um trabalho de qualidade, mas sem esquecer que não somos como um maquinário, sem esquecer a sensibilidade humana.

Destacamos também o comentário de um dos participantes, que pontuou que sente que o Educativo, por vezes, está mais isolado das outras áreas e equipes do museu. Esse comentário é importante para refletirmos não só sobre o nosso comportamento, mas pensar na própria função de educador como mediador. Dessa forma, compreendemos que o projeto Conviver torna-se então uma importante extensão de nossa função, que não necessariamente está restrita ao nosso trabalho no espaço expositivo.

Por fim, acreditamos que o saldo foi positivo. Os encontros propiciaram importantes reflexões e estamos cada vez mais envolvidos com o projeto, acreditando e percebendo sua potencialidade. O projeto conviver, acima de tudo, nos aproxima enquanto pessoas.

2. PROGRAMA DE ACERVO: DOCUMENTAÇÃO, CONSERVAÇÃO E PESQUISA

Neste trimestre, o Núcleo do Centro de Referência do Futebol Brasileiro dedicou-se ao cumprimento das metas pactuadas, com destaque à consolidação de documentos normativos e basilares à instituição e, especificamente, ao trabalho de pesquisa e documentação do Museu, a saber, a Política de Acervo e Manual de Metodologia da Pesquisa de Mapeamento e Registro de Referências Patrimoniais.

Com vistas a externalização de conteúdos sobre o acervo do Museu, a equipe do CRFB buscou ferramentas adequadas ao tipo de linguagem pretendida para os artigos de divulgação previstos como metas do Programa de Acervo. Assim, em junho foi criada um perfil do Museu do Futebol e do CRFB na plataforma chamada Medium, uma rede social dedicada ao compartilhamento de textos: <https://medium.com/museu-do-futebol>.

Outra ação importante foi o início da catalogação da memória institucional, que teve como foco as exposições e eventos que compõem a programação cultural do Museu. Já em relação às metas n. 23 e 24, seu cumprimento foi adiado para o próximo trimestre em razão de consultoria para padronização dos instrumentais de pesquisa do Museu, finalizada em junho de 2017. Assim, o formulário posto em teste no ano de 2016 foi revisto à luz da integração de dados de público de todas as atividades do Museu do Futebol. Apresentamos no relatório o formulário que será aplicado no terceiro trimestre. A pesquisa será colhida em fluxo contínuo.

No mais, destacamos outras ações que não constam das metas deste trimestre e serão apresentadas nas Rotinas Técnicas do Programa de Acervo no próximo relatório, como a produção de um vídeo sobre a oficina “Violências Indizíveis” (que foi parte da programação da 15ª Semana de Museus e reuniu atletas gays e trans, pesquisadores, coletivos de torcedores, e outros representantes da sociedade civil para refletir sobre a representação dos grupos LGBTs no futebol e no próprio Museu) e a realização do I Encontro de Mulheres de Arquibancada – ambos eventos que contaram com a articulação e participação direta da área de Pesquisa do CRFB; a realização de novos aprimoramentos na interface pública do banco de dados, com a habilitação de visualização e imagens anexas aos registros, no formato “carrossel de imagens”, além da organização de termos do vocabulário controlado para a melhoria da catalogação e organicidade dos registros; a apresentação do projeto Visibilidade para o Futebol Feminino em Guararema (08/04), por ocasião da itinerância da mostra, e no Encontro de Pesquisa em História na UFMG em Belo Horizonte (11/05). Destacamos, ainda, as ações de digitalização e organização de acervos compartilhados com o Museu pertencentes a quatro times de várzea de Poá, e o lançamento das três exposições virtuais na plataforma do Google Arts & Culture, fruto do projeto #WeWearCulture. Por fim, citamos a participação do núcleo nas ações de comunicação, com a elaboração de posts e a inserção gradativa de conteúdos no novo site institucional.

METAS DE PRODUTO E RESULTADOS A SEREM ALCANÇADAS					
No.	Ação	Indicativo de Produtos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
12	Consolidar e divulgar a Política de Acervo do Museu do Futebol	Evento para divulgação da política de acervo	1o tri	-	-
			2o tri	1	-
			3o tri	-	-
			4o tri	-	-
			META ANUAL	1	-
			ICM%	100%	-
13	Realizar workshops técnicos	Indicativo de Produtos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Número de formações oferecidas	1o tri	-	-
			2o tri	-	-
			3o tri	1	
			4o tri	-	
			META ANUAL	1	
ICM%			100%		
14		Indicativo de Resultados	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Número mínimo de profissionais atendidos	1o tri	-	-
			2o tri	-	-
			3o tri	10	
			4o tri	-	
			META ANUAL	10	
ICM%			100%		
15	Publicar artigos no site do Museu	Indicativo de Produtos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Número de artigos publicados	1o tri	2	1
			2o tri	2	3
			3o tri	2	
			4o tri	2	
			META ANUAL	8	4
ICM%	100%		50%		
16	Submeter artigos sobre o trabalho do CRFB e sobre o acervo à publicação em sites de terceiros e/ou publicações (científicas e não científicas)	Indicativo de Produtos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Número de artigos submetidos à publicação	1o tri	-	-
			2o tri	-	-
			3o tri	-	
			4o tri	1	
			META ANUAL	1	-
ICM%	100%		-		

17	Manter-se ativo na parceria com a Rede Futebol e Cultura (mapeamento de referências e outras ações)	Indicativo de Produtos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Número de referências/ações realizadas	1o tri	-	-
			2o tri	-	-
			3o tri	-	-
			4o tri	5	-
			META ANUAL	5	-
18	Realizar campanhas de coleta e digitalização de fotos e documentos para ampliação do acervo digital	Indicativo de Produtos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Relatório da campanha	1o tri	-	-
			2o tri	-	-
			3o tri	-	-
			4o tri	1	-
			META ANUAL	1	-
19	Realizar campanhas de coleta e digitalização de fotos e documentos para ampliação do acervo digital	Indicativo de Resultados	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Número mínimo de itens coletados	1o tri	-	-
			2o tri	-	-
			3o tri	50	-
			4o tri	50	-
			META ANUAL	100	-
20	Elaborar e publicar no site "Manual de metodologia da pesquisa de mapeamento e registro de referências patrimoniais do CRFB"	Indicativo de Produtos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Manual entregue à SEC	1o tri	-	-
			2o tri	1	1
			3o tri	-	-
			4o tri	-	-
			META ANUAL	1	1
21	Elaborar e publicar no site "Manual de metodologia da pesquisa de mapeamento e registro de referências patrimoniais do CRFB"	Indicativo de Resultados	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Manual publicado no site do Museu do Futebol	1o tri	-	-
			2o tri	1	1
			3o tri	-	-
			4o tri	-	-
			META ANUAL	1	1
22	Elaborar e publicar no site "Manual de metodologia da pesquisa de mapeamento e registro de referências patrimoniais do CRFB"	Indicativo de Resultados	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Manual publicado no site do Museu do Futebol	1o tri	-	-
			2o tri	1	1
			3o tri	-	-
			4o tri	-	-
			META ANUAL	1	1

22	Atualizar e publicar no site "Cartilha Preserve seu Acervo"	Indicativo de Produtos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Cartilha atualizada publicada no site do Museu do Futebol	1o tri	-	-
			2o tri	-	-
			3o tri	1	
			4o tri	-	
			META ANUAL	1	-
			ICM%	100%	-
23		Indicativo de Produtos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Relatório semestral de pesquisa	1o tri	-	-
			2o tri	1	-
			3o tri	-	
			4o tri	1	
			META ANUAL	2	-
			ICM%	100%	-
24	Realizar pesquisa de perfil e satisfação junto ao público da biblioteca	Indicativo de Resultados	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Índice de satisfação = ou > 80%	1o tri	-	-
			2o tri	= ou > 80%	-
			3o tri	-	
			4o tri	= ou > 80%	
			META ANUAL	= ou > 80%	-
			ICM%	100%	-
25	Submeter, em parceria com instituições de ensino superior, projeto temático para fomento à pesquisa	Indicativo de Produtos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Projeto submetido	1o tri	-	-
			2o tri	-	-
			3o tri	1	
			4o tri	-	
			META ANUAL	1	-
			ICM%	100%	-
26	Estabelecer parcerias com clubes de futebol e instituições de memória do esporte para intercâmbio de acervos	Indicativo de Resultados	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Parceria estabelecida (mínimo de 1 nova/ano)	1o tri	-	-
			2o tri	-	-
			3o tri	-	
			4o tri	1	
			META ANUAL	1	-
			ICM%	100%	-

27	Organização, registro e publicização da memória institucional do MF, visando o aniversário de 10 anos do Museu do Futebol	Indicativo de Produtos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Projeto entregue	1o tri	1	1
			2o tri	-	-
			3o tri	-	
			4o tri	-	
			META ANUAL	1	1
			ICM%	100%	100%
28	Organização, registro e publicização da memória institucional do MF, visando o aniversário de 10 anos do Museu do Futebol	Indicativo de Resultados	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Mínimo de itens catalogados	1o tri	-	-
			2o tri	10	10
			3o tri	20	
			4o tri	30	
			META ANUAL	60	-
			ICM%	100%	16%
29	Elaborar Manual para rotina de backup do servidor de dados e do acervo	Indicativo de Produtos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Manual entregue	1o tri	-	-
			2o tri	-	-
			3o tri	1	
			4o tri	-	
			META ANUAL	1	-
			ICM%	100%	-

Meta 12: Consolidar e divulgar a Política de Acervo do Museu do Futebol
Indicativo de produto: 1 evento realizado para divulgação da política de acervo

Justificativa para o adiamento do cumprimento da meta:

Optamos por realizar o evento de divulgação da Política de Acervo do Museu – de caráter fechado a convidados – junto dos Workshops previstos para o terceiro trimestre de 2017. Justifica-se esse adiamento pelo fato de os temas de ambas as atividades ser o mesmo (tratamento dos acervos digitais) e, por essa razão, parte dos convidados para as duas atividades também serem os mesmos. Ao aproximar as duas atividades, poderemos economizar em custos de transporte e hospedagem previstos para profissionais de fora de São Paulo. Além disso, está em andamento tratativas com o Centro de Pesquisa e Formação do SESC-SP para a realização do workshop de modo conjunto.

Abaixo, as datas e convidados previstos para as duas atividades:

Evento de divulgação da Política de Acervo do Museu do Futebol

Data sugerida: 11/09/2017

Objetivos:

- Apresentação do documento pela equipe do Museu do Futebol e exposição sobre os processos que envolveram sua construção.
- Abertura para os convidados expressarem-se sobre a Política, incluindo apontamentos sobre pontos críticos que mereceriam análise e revisão.
- Debate para considerações finais ao documento "Política de Acervo do Museu do Futebol"

Público alvo: evento fechado a especialistas convidados. Todos receberão o documento para prévia leitura e apontamento.

Lista de convidados (sujeito à confirmação)

Regina Ponte: Coordenadora da UPPM-Secretaria de Cultura

Tayna Rios: técnica da UPPM responsável pelo Comitê de Política de Acervo

Maria Helena Carneiro: técnica da UPPM responsável pelo Comitê de Política de Acervo

Luiz Mizukami: técnico da UPPM.

David Kaseker: coordenador do SISEM – Sistema Estadual de Museus de São Paulo.

Cristina Bruno: museóloga, participou da elaboração do Planejamento Museológico (2007) e do Plano Museológico do Museu do Futebol (2009-2010). Foi membro do Conselho de Administração da OS gestora do Museu, IDBrasil, entre 2013 e 2015.

Clara Azevedo: antropóloga, foi Diretora de Conteúdo do Museu do Futebol (2008-2013) e Diretora Executiva do IDBrasil (2010-2011), tendo participado também da implantação do Museu junto à SPTuris (2005-2008). Atualmente é vice-presidente do Conselho de Administração do IDBrasil.

José Guilherme C. Magnani: antropólogo, Prof. Titular da USP e coordenador do LABNau – Laboratório do Núcleo de Antropologia Urbana, da USP. O professor participou do projeto de implantação do Centro de Referência do Futebol Brasileiro – CRFB, sendo o LABNau entidade co-executora do convênio com a FINEP. Presidiu o Conselho Consultivo de especialistas formado para o acompanhamento da implantação do CRFB. Atuou em projetos de diferentes museus, como o Museu da Cidade de São Paulo, o Museu da Imigração e o Museu do Imaginário.

Antonio Augusto Arantes: antropólogo, Prof. Titular da UNICAMP e consultor da UNESCO para assuntos relacionados a patrimônio imaterial. Foi consultor do projeto de implantação do Centro de Referência do Futebol Brasileiro no Museu do Futebol, colaborando com as metodologias de pesquisa e registro das práticas do futebol.

Renata Motta: arquiteta e especialista em gestão pública, atua na gestão de museus desde 2011, quando ingressou na UPPM – Unidade de Preservação do Patrimônio Museológico – da Secretaria de Cultura. Foi coordenadora da UPPM de 2013 a 2016, acompanhando o desenvolvimento da política de acervo do Museu do Futebol.

Marília Bonas: museóloga e historiadora, foi Diretora Executiva dos museus da Imigração e do Café (Santos – SP), responsável pela reformulação do Museu da Imigração e implantação de suas políticas, especialmente voltada ao acervo. Atualmente, coordena o Memorial da Resistência.

Claudia Porto: museóloga especialista em acervos digitais, atualmente atua no acervo da Câmara dos Deputados (Brasília – DF).

Marina Toledo: artista plástica e educadora, com ampla experiência em museus e projetos de exposições, foi coordenadora do Educativo do Museu da Língua Portuguesa e atualmente é assessora da Diretoria Executiva do IDBrasil, responsável pelo acompanhamento técnico da reconstrução do Museu da Língua Portuguesa.

Rubens Ramos: museólogo, com mestrado sobre uso de acervos digitais em museus.

Deca Farroco: gerente de patrimônio da Fundação Roberto Marinho.

Claudio Lins de Vasconcelos: advogado especializado em questões relacionadas com a aquisição, gestão e transferência de direitos de propriedade intelectual, foi presidente da Comissão de Direitos Autorais, Intelectuais e do Entretenimento da Ordem dos Advogados do Brasil-RJ e é membro do Conselho Diretor da Associação Brasileira da Propriedade Intelectual – ABPI.

Workshop Acervos Digitais e Direitos Autorais: da prática à teoria

Datas sugeridas: 12 e 13/09/2017, 4h por dia; 8h no total.

Com certificado.

Ementa: Nos últimos anos, cresceu a presença de museus em plataformas de compartilhamento e divulgação de imagens e vídeos, como o Google Arts & Culture, Flickr e as próprias mídias sociais (Instagram, Facebook e outras). Além de divulgar a instituição, essas plataformas permitem o acesso e uso público dos acervos. Além disso, são diversas as instituições que buscam investir e compreender os processos de digitalização de seus arquivos, documentos e acervos. Para além de criar imagens para os

bancos de dados e catálogos, a digitalização abre para novas possibilidades de usos criativos dos acervos, como a recriação de obras, a releitura criativa por parte do público (por exemplo, com os “memes” e “gifs”), exposições virtuais e outros.

Trata-se de uma nova frente de atuação dos museus e instituições que esbarra, muitas vezes, no conhecimento e interpretação das bases legais que protegem os direitos de autoria, propriedade e de imagem. Há desde posicionamentos que assumem determinados riscos legais em nome da difusão de conteúdos e do direito ao acesso à informação, quanto posicionamentos mais conservadores que seguem estritamente as condições previstas em legislação. A legislação brasileira é bastante detalhada e restritiva e muitas vezes falta às equipes profissionais das instituições o conhecimento mais amplo sobre como compreender, a partir de um documento do acervo, quais os direitos implicados para que se dê acesso público a ele.

O workshop visa, portanto, abordar os aspectos legais que envolvem o uso e acesso aos acervos digitais, que podem ser tanto nato-digitais quando reproduções digitais a partir de originais físicos. Mas, ao contrário de outros encontros, no qual um especialista em direito procede à explicar na teoria todas as implicações legais, o workshop buscará apresentar, no primeiro momento, ações já em curso para depois proceder aos comentários sobre os direitos envolvidos, os riscos legais e os benefícios públicos.

Objetivos:

- percorrer sobre casos de usos de acervos digitais por museus, ressaltando possibilidades de acesso, circulação e re-uso de imagens e textos.
- a partir dos casos práticos, abordar limites e brechas da legislação que envolve o uso e propriedade dos acervos (Lei do Direito Autorais, Lei de Direitos de Imagem e outros direitos conexos).

Público alvo: profissionais de instituições museológicas e culturais e estudantes (evento aberto)

Meta 15: Publicar artigos no site do Museu do Futebol
Indicativo de produto: 02 artigos publicados no segundo trimestre e 01 artigo pendente do período anterior.

Neste trimestre, conforme as ações de planejamento do núcleo que envolvem dar mais visibilidade às coleções e ao trabalho de pesquisa e documentação realizado, o Centro de Referência do Futebol Brasileiro

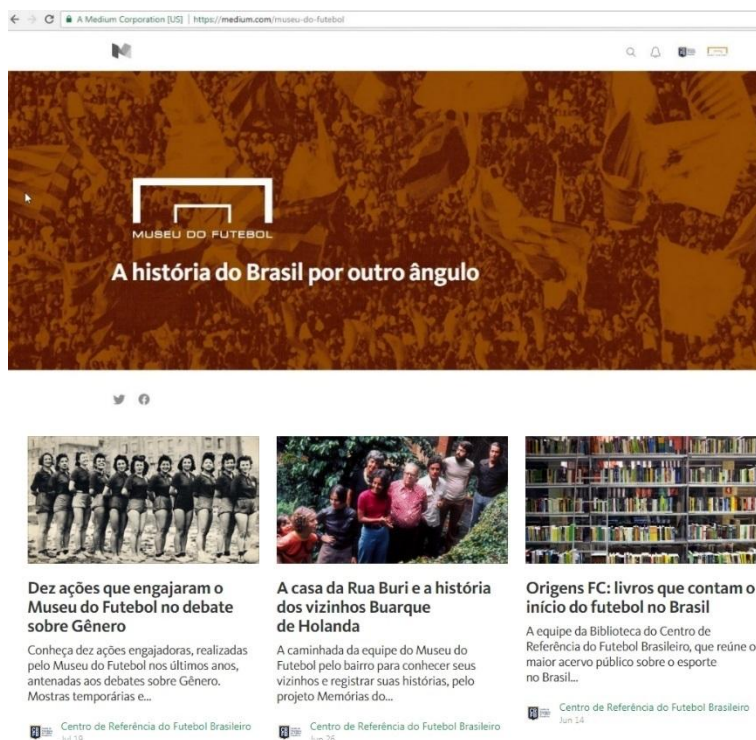
preparou dois artigos para publicação. Ao todo, foram publicados três textos, haja visto o que se deixou de publicar no trimestre passado conforme justificativa apresentada no último relatório.

Para a publicação dos seus artigos, o CRFB agora dispõe de uma conta gratuita na plataforma de compartilhamento de textos chamada Medium. Nela, foi criada uma página do Museu do Futebol, onde todos os textos serão publicados: <https://medium.com/museu-do-futebol>. O destaque do Medium é que ele apresenta uma linguagem e um visual em sintonia com os novos recursos tecnológicos disponíveis na internet, além de ser uma rede social onde é possível ter seguidores, acumular curtidas e compartilhamentos – o que potencializa a visualização dos conteúdos.

Cabe dizer que além desta plataforma, o site institucional do Museu também foi renovado. Para acessar o conteúdo disponibilizado no Medium a partir dele, basta clicar na opção “Artigos”, no menu que cabe ao “Centro de Referência”.

Para a inauguração dessa nova plataforma, foram republicados os artigos que estavam no antigo site. Dessa maneira, as publicações ocorreram ao longo do mês de junho. Dentre os seis artigos que agora estão online, destaca-se o que trata sobre dicas de bibliografia sobre os primórdios do futebol no Brasil, que rendeu 184 visualizações na plataforma.

Segue abaixo o print da plataforma com os artigos publicados e o resumo das publicações do trimestre:



Nome do artigo: "Origens FC: Livros que contam o início do futebol no Brasil"

Data da publicação: 14 de junho de 2017

Link: <https://goo.gl/fmxBjd>

Resumo: A equipe da Biblioteca do Centro de Referência do Futebol Brasileiro, que reúne o maior acervo público sobre o esporte no Brasil, selecionou sete livros em suas estantes que são bibliografia básica para quem quer conhecer mais sobre as origens do futebol no país. Desde as práticas esportivas com bola como o "bate-bolão" jogado nos colégios, Charles Miller, primeiros times, a construção de campos e estádios.

Nome do artigo: "A casa da Rua Buri e a história dos vizinhos Buarque de Holanda"

Data da publicação: 26 de junho de 2017

Link: <https://goo.gl/S1f65U>

Resumo: A caminhada da equipe do Museu do Futebol pelo bairro para conhecer seus vizinhos e registrar suas histórias, pelo projeto Memórias do Pacaembu, passou por um novo local: a casa da Rua Buri, 35. Para aprofundar a história dessa casa, no dia 27 de Janeiro de 2017, a equipe viajou até a cidade do Rio de Janeiro para conversar com Sérgio Buarque de Holanda Filho e Ana Maria Buarque Holanda, filhos do sociólogo e historiador brasileiro, Sérgio Buarque de Holanda, cuja família viveu no Pacaembu por 25 anos.

Nome do artigo: "Dez ações que engajaram o Museu do Futebol no debate sobre Gênero"

Link: goo.gl/5xDbam

Resumo: O artigo apresenta dez ações engajadoras, realizadas pelo Museu do Futebol nos últimos anos, antenadas aos debates sobre Gênero. Mostras temporárias e atualização da exposição principal, palestras e eventos, conteúdo audiovisual, encontro de torcedoras, campanhas e muita pesquisa são exemplos, detalhados abaixo, para entender que um bom museu não vive só do passado, mas bebe de toda conjuntura do presente para mirar possibilidades de futuro.

Meta 20 e 21: Elaborar e publicar no site "Manual de metodologia da pesquisa de mapeamento e registro de referências patrimoniais do CRFB"

Indicativo de produto e resultado: Manual entregue à SEC e publicado no site do Museu do Futebol

Manual de metodologia da pesquisa de mapeamento e registro de referências patrimoniais do CRFB – “Kit Metodológico”

Objetivo: Consolidar passo a passo da pesquisa de campo/ pesquisa de referências

Conceitos:

- Objetivos do kit metodológico
- O que são Referências de Pesquisa?
- A ferramenta etnográfica
- O Patrimônio Imaterial
- O Futebol

Ferramentas instrumentais de pesquisa:

1. Roteiro para sair a campo
2. Roteiro para voltar do campo
3. Roteiro para Produção de Registros Documentais em campo
4. Roteiro de Perguntas
5. Roteiro de Escrita do Relato de Campo
6. Mapas
7. Termos de Autorização de Imagem e Voz
8. Manual de Boas Práticas para quem pesquisa futebol

Sobre o Museu do Futebol

O Museu do Futebol é uma instituição pública da Secretaria de Cultura do Estado de São Paulo, gerida desde sua abertura por meio de parceria com uma Organização Social de Cultura – OS, a IDBrasil Cultura, Educação e Esporte (antigo Instituto da Arte do Futebol Brasileiro). Sua missão é investigar, preservar e comunicar o futebol como expressão cultural no Brasil, em diálogo com todos os públicos, para instigar e inspirar ideias e experiências a partir do futebol.

Localizado no Estádio Municipal Paulo Machado de Carvalho, no bairro paulistano do Pacaembu e inaugurado em 29 de setembro de 2008, o

Museu foi concebido e implantado pela Fundação Roberto Marinho em parceria com a Prefeitura de São Paulo e o Governo do Estado de São Paulo. Junto com o Museu da Língua Portuguesa, inaugurado em 2006 na mesma cidade, despontou no cenário cultural brasileiro como um museu inovador, tecnológico e interativo, que serviu como modelo para novas instituições museológicas criadas no Brasil a partir da segunda década do século XXI.

CRFB

O Centro de Referência do Futebol Brasileiro (CRFB) é setor responsável por pesquisar e documentar diferentes expressões do futebol no Brasil, com vistas à constituição do acervo do Museu do Futebol. O CRFB possui equipe dedicada à pesquisa, à documentação e à gestão de uma biblioteca e midiateca. Esta possui um dos maiores acervos de livros e periódicos, além de coleção de filmes, documentários, catálogos e obras de referência sobre o tema.

Inaugurado em outubro de 2013, o CRFB começou a ser idealizado desde a concepção do Museu do Futebol. Sua implantação foi iniciada em 2011 e contou com recursos da FINEP – Agência Brasileira de Inovação e parceria com o Núcleo de Antropologia Urbana da Universidade de São Paulo (LabNAU/USP).

O CRFB desenvolve pesquisas, estabelece parcerias com museus, memoriais, centros e grupos de pesquisas em universidades, promove palestras, seminários e encontros com o objetivo de contribuir com a troca, ampliação e divulgação de conhecimentos sobre futebol. Realiza a digitalização de fotos e documentos e contribui para a preservação de coleções sobre futebol.

O início

O projeto de implantação do CRFB proposto à FINEP, viabilizou os recursos para a aquisição de equipamentos, para deslocamentos e custeio da ação de pesquisa, e, fundamentalmente, a contratação de equipe de profissionais qualificada, incluindo consultores. Participaram desse processo profissionais graduados em diferentes áreas do conhecimento, como História, Antropologia, Sociologia, Artes Visuais e Museologia, acompanhada de um Conselho Consultivo, também formado por especialistas em diferentes áreas, como Jornalismo Esportivo, Gestão de Patrimônio Intangível, Antropologia e Esporte e Museologia.

A presidência desse Conselho coube ao Prof. Dr. José Guilherme Cantor Magnani, coordenador do Laboratório do Núcleo de Antropologia Urbana da

Universidade de São Paulo (LabNAU-USP), que atuou com o apoio técnico e metodológico em todo o projeto de implantação do CRFB, e com especial atenção à metodologia, fruto de sua experiência na prática de pesquisa antropológica na cidade de São Paulo, com destaque a projetos de formação de acervos de Museus. No escopo do projeto de pesquisa prevista na implantação do CRFB, delineou-se como meta o registro no mínimo 150 locais, práticas, eventos ou personalidades identificadas como “referências do futebol”, dentro da cidade de São Paulo, território escolhido para essa pesquisa inaugural.

CONCEITOS:

Objetivos do kit metodológico:

A proposta desse instrumento metodológico é o de compartilhar todos os passos da pesquisa de campo de mapeamento de referências sobre futebol desenvolvidas pela equipe do Museu do Futebol através do seu Centro de Referência do Futebol Brasileiro (CRFB).

A proposta inicial da pesquisa foi a de efetivamente ir a campo, representando o museu, e dessa forma conhecer as referências culturais do futebol in loco. A intenção foi criar ferramentas, inspiradas na etnografia, que orientam o trabalho de registro das práticas reconhecidas e registradas como patrimônio imaterial.

Por meio desse levantamento tenta-se compreender e registrar em relatos de campos, entrevistas, fotos, vídeos, desenhos, diagnósticos e indicadores as inúmeras dinâmicas do futebol no Brasil em suas múltiplas formas de expressão: o torcer, o futebol profissional, o futebol amador, os campos de futebol de várzea, o ensino do futebol, o colecionar, os times alternativos e colaborativos, o futebol praticado por mulheres, os clubes, os memoriais, instituições de pesquisa e de acervos relacionados ao tema.

O que são Referências de Pesquisa?

Buscou-se, nos últimos anos, conceituar e compreender o alcance da ideia de “referência patrimonial”, sempre a partir do conhecimento do campo de possibilidades abertas pelo tema futebol. A identificação de referências sobre o esporte estão, a priori, dispersos e se manifestam em múltiplas possibilidades, locais, práticas, pessoas, objetos, eventos etc. Tal definição é discutida caso a caso, e a pesquisa oferece subsídios para visibilizar a

relevância dessa referência no âmbito de preservação das memórias sobre esse esporte.

“Pode ser considerado como patrimônio todo objeto ou conjunto, material ou imaterial, reconhecido e apropriado coletivamente por seu valor de testemunho e de memória histórica e que deve ser protegido, conservado e valorizado” (Arpin, 2000).

Desse modo, os produtos oriundos da pesquisa de campo como fotografias, vídeos, áudios, relatos de campo, material bibliográfico, ou mesmo as reproduções de coleções por meio de digitalização ou de compartilhamentos de arquivos natos digitais, são estratégicos para a incorporação de diferentes conteúdos sobre os locais, eventos e pessoas referenciadas ao acervo do Museu do Futebol.

Através da pesquisa, as referências patrimoniais sobre o futebol são absorvidas de seu contexto de origem para serem estudadas como documentos representativos da realidade que eles constituíam, transmitindo, cada um à sua maneira, em mais um testemunho sobre uma realidade do futebol.

A ferramenta etnográfica:

Entende-se que o trabalho de campo etnográfico é a maneira como o pesquisador, inspirado em referencial teórico e metodológico da antropologia recolhe “dados de primeira mão” para a construção da interpretação de sua pesquisa. A antropologia tem como característica a construção do conhecimento através do exercício da alteridade. Este exercício envolve um esforço de transformar o estranho em familiar e vice-versa, revelando aspectos que uma observação ligeira poderia não apreender. Portanto, a base etnográfica da pesquisa de campo realizada pelo Museu do Futebol permite, a partir de observações e entrevistas pontuais com os grupos mapeados, apreender questões que sejam importantes para discutir o tema central desse mapeamento: a memória do futebol.

O processo de buscar junto aos agentes com quem o pesquisador dialoga durante o processo inicial de pesquisa tem levado a novas descobertas de referências do futebol por meio da indicação dos próprios mapeados. Este método, além de expandir o mapeamento, proporciona a percepção das formas como os atores sociais ligados ao futebol articulam-se entre si, conformando redes de relações, as quais são traduzidas na catalogação também. A técnica de levantamento e pesquisa de campo em que se

descobrem novos atores a serem pesquisados a partir dos próprios mapeados em campo é comumente denominada como “bola de neve” (BIERNARCKI & WALDORF, 1981). Por meio dela, tenta-se chegar a indicações de possíveis novos atores e locais, os quais, por sua vez, podem indicar outros e assim sucessivamente.

Em outras palavras, a experiência etnográfica da pesquisa de campo permite uma coleta direta, a mais minuciosa possível, dos fenômenos que observamos, de um processo que se realiza por aproximações sucessivas ou por vezes únicas. É uma observação primorosa dos comportamentos sociais a partir de uma relação/interação humana.

Patrimônio Imaterial:

Uma vez que o Museu do Futebol optou pela não incorporação de coleções materiais, essa instituição abriu-se para um papel fundamental na salvaguarda do chamado patrimônio cultural imaterial ou intangível. Sobre esse, destaca-se a “Convenção sobre a Salvaguarda do Patrimônio Cultural” (2003), da UNESCO, que define (artigo 2º., 1º. Parágrafo) tal patrimônio como: as práticas, representações, expressões, conhecimentos e técnicas - junto com os instrumentos, objetos, artefatos e lugares culturais que lhes são associados - que as comunidades, os grupos e, em alguns casos, os indivíduos reconhecem como parte integrante de seu patrimônio cultural.

Este patrimônio cultural imaterial, que se transmite de geração em geração, é constantemente recriado pelas comunidades e grupos em função de seu ambiente, de sua interação com a natureza e de sua história, gerando um sentimento de identidade e continuidade e contribuindo assim para promover o respeito à diversidade cultural e à criatividade humana. As noções de “bem cultural de natureza imaterial” e “referência cultural” são resultantes do conceito de cultura oriundo das teorias antropológicas. É essa vertente conceitual que baliza as ideias de “preservação” tendo como base que criações culturais são de caráter dinâmico, processual, fundadas em tradições locais e manifestada por indivíduos como expressão de suas identidades.

O Futebol:

O Museu do Futebol pensa o futebol como uma expressão cultural no país desde o seu conceito gerador. Inúmeras são as dinâmicas do futebol no Brasil em suas múltiplas formas de expressão.

Com base nesse conceito, a *missão* do Museu do Futebol, revisada em 2015 é:

Investigar, preservar e comunicar o futebol como expressão cultural no Brasil, em diálogo com todos os públicos, para instigar e inspirar ideias e experiências a partir do futebol.

Decorrente de tal missão, a visão do Museu do Futebol é:

Ser referência constante e global: no tratamento do futebol como patrimônio; em acessibilidade; em sustentabilidade e no respeito à diversidade cultural. Ser um museu que dialoga com seus públicos no desenvolvimento de suas ações.

PESQUISA DE CAMPO

Produtos desejados da pesquisa:

- RELATO DE CAMPO
- ARQUIVOS DE FOTOS/VÍDEOS/ÁUDIO
- TERMOS DE CESSÃO IMAGEM/VOZ
- CATALOGAÇÃO DA PESQUISA NO BD

FERRAMENTAS INSTRUMENTAIS

Roteiro para sair a campo
1. Máquina Fotográfica Checar se há bateria carregada, bateria extra e se o cartão de memória encontra-se vazio 2. Gravador de Áudio Checar se há pilhas carregadas, pilhas extras e se a memória do gravador encontra-se vazia 3. Documento de Cessão de Imagem/Voz Levar termos excedentes já impressos, de pessoa física e pessoa jurídica, devidamente assinados pelo Diretor da área responsável pela pesquisa. São produzidos dois documentos por pessoa ou instituição participante da pesquisa. 4. Roteiro de Perguntas Levar o roteiro impresso para orientação dos temas e assuntos a serem explorados durante a pesquisa de campo. Caso seja necessário, personalize as perguntas

sugeridas pelo roteiro.

5. Ingressos/Pins/Folders

O ingresso cortesia é uma forma de agradecimento e proposição para que as pessoas pesquisadas conheçam o Museu do Futebol. O folder sobre a exposição temporária vigente, o pin e os marcadores de páginas do CRFB são suvenires ajudam a perpetuar a relação estabelecida entre o pesquisado e o museu.

6. Manual 'Preserve o seu acervo'

Levar sempre mais de um folder. A maioria dos locais de memória pesquisados são detentores de acervos físicos e digitais.

7. Agenda

Depois de marcada a visita de campo, é importante compartilhar o agendamento com o restante da equipe de trabalho, principalmente para com aqueles que ficarão no museu.

Roteiro para quando voltar do campo

Máquina Fotográfica

Descarregar as fotos e vídeos produzidos na pesquisa; esvaziar o cartão de memória; criar a pasta FOTOS/VÍDEOS; descartar os arquivos que não serão usados na pesquisa ou qualidade ruim; selecionar as melhores imagens em uma subpasta chamada TOP; guardar a máquina atento se a mesma encontra-se pronta para uso.

Gravador de Áudio

Descarregar os arquivos gravador; recarregar as pilhas e salvar o arquivo de áudio segundo o padrão proposto:

2017_09_17_benedito_jonas

Documento de Cessão de Imagem/Voz

Conferir os campos de preenchimento do documento e completar caso haja necessidade; colocar a lápis o apelido do autorizante quando houver ou o nome coloquial do local referenciado no canto superior do documento para organização; catalogar os dados do termo no banco de dados; digitalizar o documento; guardar o documento.

Catologação

Logo após a visita, além das informações contidas no documento de cessão de imagem inseridas no banco de dados, o pesquisador é responsável por registrar a

relação estabelecida entre o referenciado e a instituição Museu do Futebol. Destaque para as abas imprescindíveis de catalogação após a visita:

nomes: o primeiro registro de nome inserido no banco de dados é a maneira como a pessoa referenciada será exposta publicamente. É importante que o pesquisador, sensível a essa observação, registre a melhor forma com que o entrevistado tenha interesse de ser nominado, incluindo nomes fantasias e apelidos. O nome completo, presente no documento de cessão, não é necessariamente o nome que ficará publicável na plataforma pública do banco de dados.

relacionamento MF: aba dedicada a registrar as datas das visitas realizadas; a descrição da atividade realizada no encontro (pesquisa de campo, história oral, reunião e etc); identificar os representantes do Museu do Futebol responsáveis pela pesquisa e indicar os produtos oriundos da visita (áudio, iconografia, textual e vídeo).

informações pessoais: além do espelhamento das informações contidas no termo de cessão, a aba é o local onde o pesquisador indica a tipologia de acervos sobre futebol do referenciado (áudio, biblioteca, documento textual, filme e vídeo, iconografia e tridimensional); no campo observação indica-se alguma especificidade ou raridade na coleção, ou mesmo o estado de deterioração do material encontrado.

texto de referência/ biografia resumida: a pessoa pesquisada apenas poderá ganhar status publicável quando receber uma pequena biografia contando resumidamente porque o Museu do Futebol a considera uma referência na memória do futebol. Esse texto, escrito em terceira pessoa, deve datar a ocasião em que a pessoa foi pesquisada pelo museu.

arquivo digital: dentre as inúmeras imagens produzidas na pesquisa de campo, o pesquisador é responsável por produzir e/ou selecionar uma foto que melhor represente o referenciado. A imagem representará o entrevistado na plataforma pública do banco de dados.

Roteiro para Produção de Registros Documentais em Campo: (foto, vídeo e som)

No dia anterior à visita checar:

1. O equipamento está com a Bateria Completa ou quase cheia? Se não estiver, carregar.
2. O cartão de memória está vazio? Se não estiver verificar se os registros já foram transferidos antes de apagar.

3. O formato do arquivo que a câmera irá gerar está em RAW+L ou em alta resolução?
4. Separou o Tripé? Ele está com a base para encaixe da câmera?

Ao chegar ao local a ser pesquisado observar:

- ☐ Qual é o horário? Quanto tempo falta para o sol se pôr? (Para fotos externas o melhor é trabalhar antes do crepúsculo)
- ☐ Como é o espaço? Qual é o tipo de iluminação interna? Que tipos de objetos estão à vista, dispostos nas paredes ou prateleiras? (procurar ao máximo evitar o reflexo dos vidros das janelas e molduras).

Condições Técnicas para trabalho fotográfico:

Área Externa:

- Em um dia ensolarado ou nublado usar ISO 400.
- Em um dia bem escuro, ou durante o crepúsculo usar ISO 800.

Área Interna:

- Usar ISO 800.
- Em situações muito escuras e difíceis usar o ISO 1600.

O que fotografar no local referenciado:

1. Fachada e entorno do local
2. Espaços e instalações relevantes para o assunto pesquisado
3. Foto representativa dos personagens pesquisados (essa imagem será usada na criação do perfil do referenciado no banco de dados do Museu do Futebol)
4. Detalhe de placas, troféus, bandeiras, documentos escritos e qualquer outro material que sirva de apoio para a escrita do relato de campo.
5. Reprodução Objetos, Fotos, Quadros, Cartazes, etc. e outros objetos relevantes à pesquisa e ao detalhamento da coleção, sempre com o consentimento do entrevistado.
6. Vista Geral

Quais sons gravar no local referenciado:

- A entrevista em conjunto ou individualmente com as pessoas referenciadas e devidamente autorizadas.
- Canções, gritos e hinos.
- Outros sons que o pesquisador julgue relevante para a pesquisa.

Quais vídeos gravar no local referenciado:

- Cenas relevantes para o objeto de pesquisa
- Canções, gritos e hinos.
- O direito de uso do material captado no local estará condicionado ao termo de autorização de imagem assinado na ocasião da pesquisa. Do contrário, o material não poderá ser divulgado e será apenas aproveitado para fins de pesquisa do CRFB.

Ao voltar ao Museu:

1. Transferir as os registros para sua respectiva pasta.
2. Jogar fora arquivos duplicados, desfocados, corrompidos, e que não sirvam para a pesquisa.
3. Em se tratando de fotografias, separar os arquivos RAW, JPG em alta e baixa resolução e separar as melhores imagens em uma pasta denominada TOP.
4. Esvaziar os cartões de memória de todos os equipamentos utilizados.
5. Recarregar a bateria se necessário

ROTEIRO DE PERGUNTAS:

RECOMENDAÇÕES GERAIS:

O roteiro abaixo corresponde a um espelhamento de preenchimento para a catalogação da instituição e/ou pessoa entrevistada durante a pesquisa de campo no banco de dados do Museu do Futebol (dados.museudofutebol.org.br). Esse mesmo documento sugere uma sequência de perguntas orientadoras para a produção de um relato de campo após a visita.

1) Identificação – Instituição	Identificação – Pessoa
Nome: Outros nomes: (Apelidos, razão social, siglas) Categoria: (clubes amador, bar, associação, memorial...) Endereço: Ponto de referência: Telefones/e-mail/site/blog/redes sociais:	Nome do Entrevistado: Apelido: Data de Nascimento: Profissão: (atividade exercida antes da aposentadoria) Função no clube: (função atual e passadas) Atribuições: Data de envolvimento com a instituição:

(As informações acima devem ser suficientes para compor um cadastro simples no banco de dados do MF, e, caso o interlocutor seja uma referência para a memória do futebol no país, a pesquisa deve gerar uma biografia resumida que seja satisfatória para o consulente identificá-lo como tal e compreender a sua relação com a instituição representada).

2) Instalações Físicas:

Descrição física do local:

Condições de acesso:

Como são as edificações?

Número de campos de futebol/quadras:

Qualidade do campo: (terra/sintético/gramado)

Sede própria?

Arquibancadas e/ou outros espaços para torcer?

Outros comércios ou departamentos no mesmo local? (Lanchonete, estacionamento, área de lazer ou social, playground, vestiários e etc.)

Divide o espaço com outros equipamentos (creches, escolas...)? Quais?

3) Histórico

Data de fundação?

Como surgiu do local?

Quais são as agremiações/clubes e pessoas fundadoras?

Há outras pessoas relevantes na história do local?

Há relações do local com a história a formação da cidade?

Ídolos, torcedores e clubes de futebol se relacionaram/relacionam com o local?

Como a comunidade do entorno se relaciona com o local?

4) Atividades

Qual a principal atividade do local? (se há outras, descrever: lazer, escolinha, cursos e etc).

Quais são as agremiações/times/grupos envolvidas nessas atividades?

Alguma agremiação/time utiliza o espaço como sede?

Quantas pessoas estão envolvidas no local? Há diretoria? Proprietário? Empresa?

Como o local se mantém financeiramente?

5) Acervos sobre Futebol

O local guarda/coleciona objetos e documentos referentes a memória do futebol?

- () Áudios
- () Biblioteca (livros, revistas)
- () Documentos (atas, súmulas, recortes de jornal, cartas)
- () Iconografia (fotos, cartazes, figurinhas)
- () Tridimensional (troféus, medalhas, uniformes, flâmulas)
- () Vídeos

Qual é o estado de conservação desses acervos?

Como e onde são guardados?

Há acervos disponíveis para digitalização? Quais e quantos?

6) Indicações e Eventos Futuros

Entrevistado tem indicações de pessoas/clubes/loais possíveis de serem referenciados pelo Museu do Futebol? Quais? (nome/contatos)

Há eventos futuros passíveis de serem pesquisados?

O entrevistado pode ser indicado para o programa de História Oral? Por quê?

ROTEIRO DE ESCRITA DO RELATO DE CAMPO:

O relato de campo é um instrumento textual responsável por indicar questões mínimas que cada referência pesquisada deve ter contemplada. O resultado final desse trabalho, uma vez corrigido, tombado, catalogado e disponibilizado para o público, é de um texto que se torne uma fonte de pesquisa para a própria instituição e qualquer outro pesquisador interessado.

É um texto institucional, escrito na terceira pessoa e com informações datadas da ocasião da visita. Significa, na prática, evitar pronomes subjetivos como "eu", "nós" ou "você". Esse modelo de escrita torna o texto mais objetivo e menos pessoal.

CABEÇALHO:

Local:

Data:

Endereço:

Entrevistados (nome/função):

Pesquisadores:

Redator:

Revisor:

APRESENTAÇÃO (TEXTO INTRODUTÓRIO):

Para escrever o relato de campo, o pesquisador-redator deve lembrar-se sempre de que o leitor não conhece obrigatoriamente o tema ou objeto abordado. Esse texto introdutório tem por objetivo apresentar o assunto ao leitor. Sua função é situá-lo com informações básicas e convidá-lo à leitura do relato de campo produzido pelo pesquisador, antecipando, de modo sintético, o que ele irá conhecer ao longo do relato. Para facilitar a padronização e aperfeiçoar o processo e o tempo da redação, é importante que o pesquisador-redator siga passo a passo o roteiro pré-estabelecido de perguntas básicas na seguinte ordem:

1. O que é? [OBJETO]

Neste ponto o pesquisador-redator apresentará seu objeto ao leitor ao responder, por exemplo: O que é um Clube Escola? O que é um Centro esportivo? Do que é a coleção (camisa, chuteiras, botões, livros de futebol, etc.)? O que é Copa Kaiser? O que é a Torcida Jovem do Santos? O que é a Torcida Gaviões da Fiel? O que é o Bar do Bui? E etc...

2. Onde? [endereço institucional apenas]

Neste ponto o pesquisador-redator irá situar territorialmente seu objeto ao leitor. A pesquisa de campo foi feita em qual bairro? Qual cidade? Características do entorno.

3. Quem? [ENTREVISTADO(S)]

Neste ponto o pesquisador-redator irá apresentar o "personagem" ou os principais personagens entrevistados para o seu relato. Qual o nome completo? Apelido? Qual a Idade? Qual a profissão? Qual o estado civil, etc. Neste momento é possível escrever antecipada e brevemente sobre a trajetória do entrevistado e sua relação com o tema. Por exemplo, no modelo do CDC Pirituba, foi relatado o grau de engajamento e/ou participação dos entrevistados com o equipamento esportivo em questão.

"O pesquisador que produziu o presente relato foi recebido pelo coordenador de equipamentos, Laércio de Oliveira Silva, com quem foi negociada a visita pelo telefone, e pelo treinador do time de futebol de campo, Eduardo da Silva. Como o leitor poderá observar mais adiante, ambos estão envolvidos e têm uma relação especial de longa data com a criação, a manutenção e os projetos futuros de desenvolvimento desse espaço."

4. Quando? [ENTREVISTA]

Neste ponto o pesquisador-redator irá situar o entrevistado ou a pesquisa de campo no tempo. Data? Qual dia da semana? Era manhã? Tarde? Noite? Feriado? Final de semana? Havia jogo de futebol na ocasião?

5. Como? [CONTATO]

Neste ponto o pesquisador-redator terá um espaço para descrever “a cozinha da pesquisa”. Relatar brevemente como aconteceu o contato com o informante. O primeiro contato foi travado via telefone? Aconteceu através de indicação de alguém, etc.? Como foi o desenrolar da entrevista, etc. Contudo, é preciso tomar cuidado com as adjetivações que qualificam ou desqualificam o primeiro contato ou a situação de entrevista. [INFORMAÇÕES PUBLICÁVEIS OU NÃO]

6. Porque? [OBJETO X PROJETO]

Neste ponto o pesquisador-redator justificará a relevância do local ou pessoa para a pesquisa. Uma espécie de “chamada” para atrair a atenção do leitor para a leitura do relato.

O CORPO DO RELATO DE CAMPO:

[média de 4 a 6 laudas]

]

O relato de campo deve conter informações observadas ou produzidas na pesquisa de campo tais como:

- Identificação: Dados do local mapeado, mas também das pessoas entrevistadas. Dados mais formais, como nome completo, endereço etc., mas também descrições das atividades que realizam.
- Histórico e característica do lugar: Informações sobre desde quando o grupo, a prática ou espaço existem e como surgiram. Identificar o que acontece ali, as atividades realizadas etc.
- Locais de memória: Apontar com a questão da memória é trabalhada pelo grupo de modo mais formal, com a indicação de arquivos e de coleções de fotos (categorizando a tipologia desses acervos), mas também das práticas de memória informais empreendidas pelos atores sociais.
- Redes de relação: Identificar a inserção em redes de relações mais amplas, se participa de ligas, campeonatos, de associações, se possui convênios etc. Indicações de bolas de neve, de outras referências culturais do futebol que conheçam.

O relato de campo apresenta aspectos da observação, os ‘não ditos’ da pesquisa, como a configuração espacial dos locais, assim como observações de práticas ilícitas que possam estar presentes nesses locais (tráfico de drogas, uso de entorpecentes, sonegações de impostos, corrupções e etc.). Esses dados não são divulgados integralmente no texto catalogado na base de dados do museu para a preservação do pesquisador e dos atores sociais envolvidos na pesquisa. Porém, esses mesmos dados são oferecidos para consulta in loco mediante compromisso de sigilo do consultante pesquisador.

Outro dado observado diz respeito ao conjunto de bens significativos do futebol: as coleções pessoais e institucionais. Os relatos apresentam um diagnóstico sucinto sobre os mais variados acervos (fotografias, textos, recortes, vídeos, memorabilia etc.) encontrados durante as visitas: tipologia, quantidade, estado de conservação e alguma peculiaridade ou observação sobre o material encontrado.

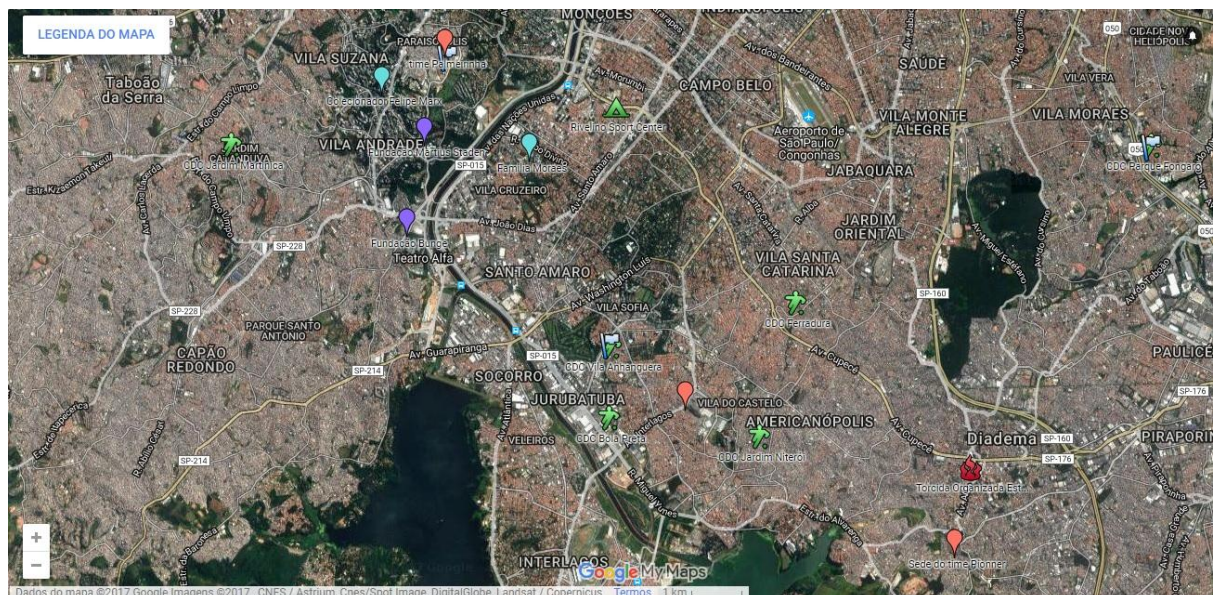
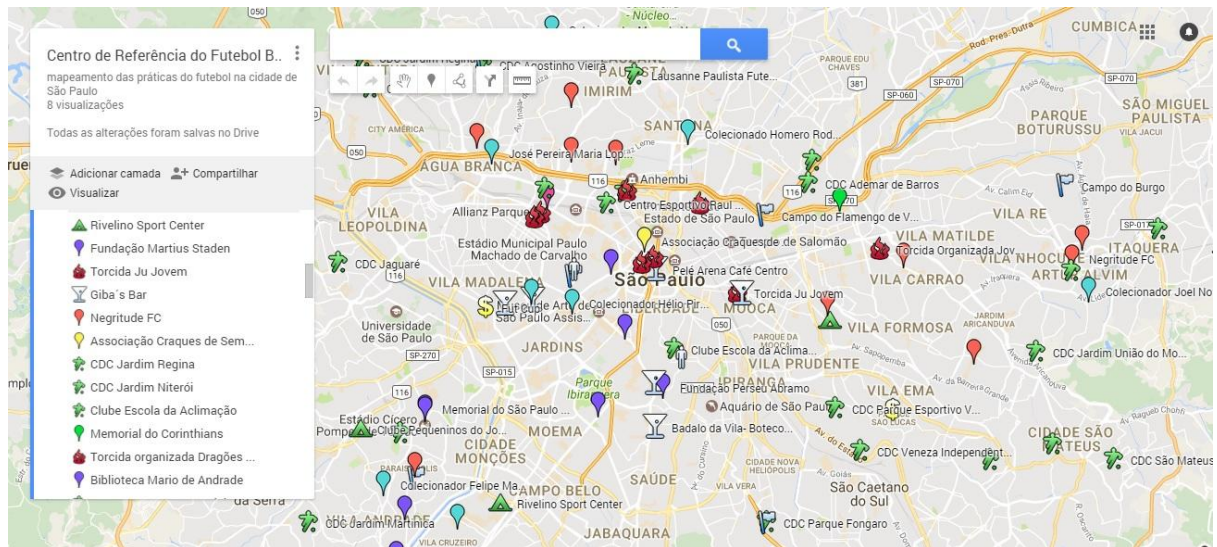
Notas de rodapé, referências bibliográficas e o detalhamento das informações nominais de clubes, pessoas e citações históricas são sempre bem vindas.

Diário de Campo: anotações manuscritas em diários de cada pesquisador. Nesse diário, a anotação é mais fluída e ficam registrados dados que não podem ser publicizados, quaisquer que sejam os motivos. Os diários compõem uma coleção do Museu, restrita a consulta de pesquisadores da instituição, como forma de manter o histórico dos contatos e da pesquisa.

Mapas

Os mapas são, sobretudo, uma forma de linguagem visual e ilustram de forma reduzida uma determinada área do espaço geográfico. Dentre vários aspectos, para a pesquisa de campo, a indicação das localidades e representação do CRFB em todos os zoneamentos da cidade de São Paulo justificaram a importância da construção de um mapa de pesquisa.

Outra importante função dos mapas é fornecer informações específicas sobre uma determinada localidade em uma perspectiva espacial. Dessa forma, as diferentes tipologias de pesquisas adotadas durante o projeto (Torcidas Organizadas, Centros Desportivos da Comunidades, Bares temáticos e etc), também foram traduzidas nessa linguagem.



Termo de autorização de imagem/voz:

**CESSÃO/AUTORIZAÇÃO DE DIREITOS SOBRE IMAGEM/VOZ E DEPOIMENTO
AUDIOVISUAL**

PARA O MUSEU DO FUTEBOL

CEDENTE/AUTORIZANTE:

(nome).....

....., (nacionalidade), (estado civil)

....., (atividade/profissão)....., Data

de Nasc.____/____/____, n° RG, Órgão

Emissor, n° CPF....., Residente e domiciliado em

.....

.....

Telefones para
contatos.....

.

E-mail e/ou
sites.....

....

CESSIONÁRIA: IDBrasil Cultura, Educação e Esporte, gestora do Museu do Futebol, inscrito no CNPJ/MF sob nº 10.233.223/0001-52, localizado na Praça Charles Miller s/nº - Estádio Paulo Machado de Carvalho – São Paulo – SP, representada na forma de seus atos constitutivos.

1 – O CEDENTE/AUTORIZANTE, na qualidade de entrevistador ou entrevistado, neste ato, cede e transfere, gratuitamente, em caráter universal e definitivo à CESSIONÁRIA, para todos os fins e efeitos de Direito, a totalidade dos seus direitos patrimoniais de autor que detém sobre o(s) depoimento(s) e autoriza a utilizar o seu nome, imagem e/ou voz nela(s) presente(s), prestado à CESSIONÁRIA no dia _____, na cidade de _____, perante os

pesquisadores

2 - Na forma preconizada pela legislação nacional e pelas convenções internacionais de que o Brasil é signatário, o CEDENTE/AUTORIZANTE, proprietário originário do depoimento de que trata este termo, terá indefinidamente o direito ao exercício pleno dos seus direitos morais sobre o referido depoimento, de sorte que sempre terá o seu nome citado por ocasião de qualquer utilização.

3 - Fica, pois, a CESSIONÁRIA plenamente autorizada a utilizar o(s) referido(s) depoimento(s) e imagem/voz/nome, no todo ou em parte, editados ou integrais, inclusive cedendo seus direitos a terceiros, no Brasil e/ou exterior, em todas as mídias de exploração de obra audiovisual, sem limites de quantidades de exibição, incluindo, mas não limitado a:

Ensino, estudo e pesquisa; publicação e divulgação; citação dramática em artes cênicas; utilização radiofônica; utilização em televisão aberta ou fechada; utilização cinematográfica; utilização audiovisual em geral, exposições temporárias, itinerantes e da exposição de longa duração do Museu do Futebol; Internet e todas as tecnologias digitais existentes ou que venham a ser desenvolvidas no futuro, aptas a portar sons e/ou imagens.

4 - Fica desde já ajustado entre as partes que o CEDENTE/AUTORIZANTE deverá, sempre, realizar consulta prévia ao Museu do Futebol quando pretender qualquer tipo de utilização do(s) seu(s) depoimento(s) ora cedido(s), obrigando-se, ainda, a sempre inserir o seguinte crédito, legível e com destaque: MUSEU DO FUTEBOL | CENTRO DE REFERÊNCIA DO FUTEBOL BRASILEIRO.

5 - Solicita-se ao cedente manifestar se autoriza a divulgação pública, parcial ou integral, do depoimento cedido:

() sim, integralmente () sim, parcialmente () não

Se parcialmente, quais contatos não permite divulgar.

6 - Elegem as partes o Foro da Cidade de São Paulo como o competente para dirimir quaisquer questões oriundas da presente cessão.

Sendo esta forma legítima e eficaz que representa legalmente os nossos interesses, assinam o presente em (02) duas vias de igual teor e forma e para um só efeito.

.....
Local,

.....
Data

CEDENTE/AUTORIZANTE

CESSIONÁRIA

MANUAL DE BOAS PRÁTICAS PARA QUEM PESQUISA FUTEBOL

- Muitas vezes, apresentar-se como pesquisador para a pessoa referenciada pode parecer algo muito vago. O caderninho na mão e a máquina fotográfica na outra, por vezes já confundiram o pesquisador de campo com a atividade de um jornalista. Dessa forma, para não gerar falsas expectativas, gaste um tempo esclarecendo qual é e como funciona o trabalho de pesquisa da instituição.
- O futebol é um espaço de identidades de clubes, bairros e torcedores. Seguindo essa premissa, em um primeiro encontro com a pessoa pesquisada é sugerido ao pesquisador a apresentação um corpo mais neutro, com roupas sem referências clubísticas. Em outras palavras, evite camisa de um time nessas ocasiões por exemplo.
- Demonstre interesse quanto ao assunto pesquisado. Por vezes, nos aproximamos de temas que, apesar de oriundos do futebol, não são tão familiares. Lembre-se que o futebol é transversal à questões como a cidade, formação de grupos sociais, história do trabalho, violência, carnaval e etc, e partir das correlações é possível discorrer novas perguntas e encontrar pérolas na história pesquisada.
- Não vá com muita sede ao pote! Em algumas situações os pesquisadores são testados no primeiro encontro com o entrevistado. Por mais que se saiba que aquele ator é detentor de um acervo raro ou de uma história interessante, é preciso respeitar o tempo do pesquisado. Uma pesquisa de campo dificilmente acontece com menos de 2 a 3 horas de duração. Por vezes são oferecidas bebidas, comidas e presentes nestes locais, e portanto é preciso parcimônia e responsabilidade para aceitar ou não tais ofertas. É necessário ser sensível com o tempo demandado naquele encontro e com o ambiente ainda estranho.
- Quando acervos pessoais ou institucionais são apresentados ao pesquisador, peça o consentimento do proprietário para tocar e/ou fotografar tais peças ou fotografias. Nunca se torne responsável ou aceite doações de tais objetos. Transforme essa confiança em uma oportunidade de compartilhar orientações de salvaguarda sobre essa tipologia de material e orientar o referenciado sobre a possibilidade

de ter a sua coleção digitalizada. Registre no relato de campo as características dessa coleção assim como o estado de conservação dos itens encontrados.

- No momento da assinatura dos contratos de cessão de imagem e voz, explique o teor e as implicações do documento. Oriente os locais de preenchimento para evitar rasuras e espaços não preenchidos.
- Sempre que for possível compartilhe com o entrevistado devolutivas da pesquisa. Uma queixa constante ouvida dos entrevistados era a de não terem conhecimento sobre os resultados das pesquisas nos quais alguns já haviam participado. Sendo assim, todos os esforços para enviar textos, fotos, transcrições ou mesmo catalogações do trabalho realizado, valem a pena.
- Seja propositivo na relação estabelecida entre o referenciado e a instituição representada pelo pesquisador. Insira esse contato na listagem de mailing, no caso de um museu, convide-o para eventos e novas exposições e, na medida do possível, amplie e compartilhe essa rede de relações com outros pesquisadores de temas correlatos.
- Se possível, acompanhe a instituição, evento ou pessoa pesquisada nas redes sociais. Na maioria dos casos, a pesquisa de campo não consegue retornar aos locais mapeados, e sendo assim, a internet ajuda na manutenção dessas relações. É possível, por exemplo, notar através de postagens as modificações físicas dos campos e sedes, o surgimento e desaparecimento de campeonatos, novos eventos e até o falecimento de algum ator conhecido em campo.

Meta 23 e 24: Realizar pesquisa de perfil e satisfação junto ao público da biblioteca

Indicativo de produto e resultado: Relatório semestral de pesquisa e Índice de satisfação = ou > 80%

Justificativa para o adiamento do cumprimento da meta

Devido ao trabalho realizado por consultoria externa, que realizou, dentre outras atividades, a revisão dos procedimentos e instrumentais de pesquisa de público no Museu do Futebol, a pesquisa com os públicos do CRFB será aplicada a partir do terceiro trimestre e com outra metodologia e questionário revisados.

Os dois formulários criados em 2016 serão unificados (visitante e pesquisador), e uma pergunta acrescida sobre o objetivo da visita ao CRFB. Está em estudo um sistema informatizado para a nova metodologia de aplicação, não mais por amostragem, mas de livre acesso ao público do CRFB, tal como o totem dirigido ao público espontâneo do Museu do Futebol.

Abaixo, o novo formulário:

Obrigada pela sua presença no Centro de Referência do Futebol Brasileiro! Queremos melhorar nosso trabalho e conhecer melhor nosso público! Ao responder a esse formulário você nos ajudará a aprimorar esses serviços.

Perfil

Como você se reconhece:

Homem
Mulher
Outro

Qual a sua idade? (resposta única, padrão IBGE)

15 a 19 anos
20 a 24 anos
25 a 29 anos
30 a 34 anos
35 a 39 anos
40 a 44 anos
45 a 49 anos
50 a 55 anos
55 a 59 anos
60 anos ou mais.

Qual a sua escolaridade? (resposta única)

Fundamental (completo ou incompleto)
Médio (completo ou incompleto)
Superior (completo ou incompleto)
Pós-graduação (Especialização/Mestrado/Doutorado)

Onde você mora?

Município de São Paulo (Qual região do município?)
Outro município do Estado de São Paulo (Qual cidade?)
Outro Estado (Qual estado?)
Outro país. (Qual país?)

Acesso

Como você ficou sabendo do CRFB? (múltipla resposta)

Indicação de amigo / familiar
Meio Acadêmico (Universidade, grupos de pesquisa etc)
Site do Museu
Redes sociais do Museu (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube)
Jornal/Revistas
TV
Rádio
Guias e sites de turismo/Agências de viagem
Outros

Experiência

É a sua primeira visita ao Museu? (resposta única)

Sim
Não. Já visitei uma vez.
Não. Já visitei duas ou três vezes.
Não. Já visitei mais de três vezes.

É a sua primeira visita ao CRFB? (resposta única)

Sim
Não. Já visitei uma vez.
Não. Já visitei duas ou três vezes.
Não. Já visitei mais de três vezes.

Qual o motivo da sua visita?

- a. Curiosidade, estava visitando o museu e entrei para conhecer.
- b. Pesquisa acadêmica
- c. Pesquisa para um projeto próprio
- d. Pesquisa para uma matéria/artigo jornalístico.
- e. Outro motivo. Qual? _____

Se a.>>

O que te chamou atenção nesta visita? _____

Se b, c e d. >>

Qual o tema da sua pesquisa? _____

O acervo disponível na Biblioteca/Midiateca colaborou para sua pesquisa?

☐ Colaborou muito ☐ colaborou pouco ☐ Não colaborou

Para todos>

Gostaria de indicar algum item para o acervo da Biblioteca/Midiateca?

Não.

Sim. Qual? _____

Como você avalia a sua experiência em relação a:

Acervo da biblioteca:	☐ Ótimo ☐ Regular ☐ Ruim ☐ Não sei avaliar
Atendimento dos funcionários:	☐ Ótimo ☐ Regular ☐ Ruim ☐ Não sei avaliar
Infraestrutura:	☐ Ótimo ☐ Regular ☐ Ruim ☐ Não sei avaliar
Acesso ao Wifi:	☐ Ótimo ☐ Regular ☐ Ruim ☐ Não sei avaliar
Banco de dados	☐ Ótimo ☐ Regular ☐ Ruim ☐ Não sei avaliar

Pós-visita

Que tipo de atividade faria você voltar ao museu?

Palestras, seminários, etc.
Exibição de filmes
Atividades para crianças
Shows
Cursos
Atividades educativas diversas, visitas com educador
Novas exposições

Dos assuntos listados abaixo, qual faria você voltar ao Museu do Futebol? (resposta única)

Time/clube/campeonato Qual(is)?
Jogador(a)/ personalidade ligada ao futebol Qual(is)?
Outras modalidades (ex: futebol de praia, futebol amador/várzea, de botão/mesa, de salão, paralímpicos, etc). Qual(is)?
Futebol feminino
Torcidas e Torcedores. Qual(is)?
Objetos (troféus, bolas, camisas, medalhas, etc). Qual(is)?
A relação entre o futebol e outro assunto (ex: a moda, os negócios, o marketing, arquitetura etc). Qual(is)?
A imprensa esportiva, jornalistas, cronistas, etc. Qual(is)?
A ciência por trás do esporte, na medicina, vestuário e tecnologia para árbitros e jogadores.
Outro assunto não listado. Qual(is)?

Gostaria de deixar seu e-mail para receber a programação do museu?

Deixe comentários, críticas e sugestões.

Meta 28: Organização, registro e publicização da memória institucional do MF, visando ao aniversário de 10 anos do Museu do Futebol

Indicativo de resultado: mínimo de 10 itens catalogados

Dando continuidade ao projeto de tratamento da memória institucional, a equipe do Centro de Referência do Futebol Brasileiro dedicou-se à catalogação de conteúdos relacionados ao Arquivo institucional do Museu do Futebol. Para tanto, adotou-se como prioridade dar início à sistematização dos dados acerca das exposições temporárias e eventos de programação cultural. Essa estratégia tem como pano de fundo identificar a documentação arquivada, em especial a digital, de modo a subsidiar não apenas a catalogação, mas principalmente a organização desses arquivos no servidor local, ação esta que está diretamente ligada à implantação do Arquivo Histórico, cujo Plano de Classificação e Manual estão em processo de elaboração.

Assim, neste trimestre foram criadas 10 entidades, sendo 6 exposições temporárias, 3 exposições virtuais e 1 evento de programação cultural. Além do registro de informações gerais, começaram a ser inseridas também as ações que envolveram a produção dos eventos, como reuniões e montagens. Para tanto, em especial no caso das exposições, além da pesquisa realizada nos arquivos armazenados na rede (releases, atas de reuniões, créditos), foram consultados os relatórios trimestrais e de prestação de contas das exposições, onde estão sistematizadas informações importantes sobre as mostras.

Vale destacar que a catalogação desses 10 itens envolve também o registro de inúmeros outros, relativos às pessoas e empresas/instituições relacionadas aos eventos, e à inserção de arquivo anexos (tais como logos, fotos, entre outros).

As informações passíveis de publicação na interface de pesquisa do banco de dados na internet já foram publicadas e estão acessíveis através do link <http://dados.museudofutebol.org.br/>.

Ao longo dos próximos meses, os registros continuarão sendo atualizados e revisados conforme o trabalho de identificação e organização for também avançando.

Segue abaixo o extrato da catalogação das exposições e eventos inseridos no período:

← → dados.museudofutebol.org.br/2d#/filtro:20746,Exposição Temporária ☆

CRFB Centro de Referência do Futebol Brasileiro

Instituições filtrar

Personalidades filtrar

Eventos filtrar

Acervo filtrar

MUSEU DO FUTEBOL

AS MARCAS DO REI

MANIA DE COLECIONAR

ORA, BOLA! ... MUNDO

COPAS DO M ... Z

OLHAR COM ... OLHAR

VESTIÁRIO

EXPOSIÇÃO B ... F.C.

SERÁ QUE FO ... JUÍZ?

FUTEBOL DE PAPEL

BRASIL 20 COPAS

LIBERTADOR ... UNE

AS DONAS DA BOLA

O FUTEBOL NAS OLIMPIADAS

13 itens

← → dados.museudofutebol.org.br/2d#/filtro:467756,Exposição Virtual ☆

CRFB Centro de Referência do Futebol Brasileiro

Instituições filtrar

Personalidades filtrar

Eventos filtrar

Acervo filtrar

MUSEU DO FUTEBOL

EXPOSIÇÃO V ... AMÉRICO

A HISTÓRIA ... CANARINHO

CHUTEIRAS: ... PES

ESTILO EM CAMPO

4 itens

1- As Marcas do Rei

07/07/2017

Dados



As Marcas do Rei, 2008, São Paulo, Exposição Temporária

Código no sistema: 660238

publicado

nomes

nome do evento (identificador) As Marcas do Rei
tipo de nome nome adotado
publicação/revisão publicado

dados do evento

ano 2008
tipo de data exata
data de abertura 29/09/2008
tipo de data em pesquisa
local de realização (geográfico) São Paulo, São Paulo, Brasil
tipo de evento Exposição Temporária

edição 1

descrição do evento A exposição Marcas do Rei foi a primeira exposição temporária do Museu do Futebol. Originária de Brasília, a exposição que homenageia o jogador Pelé veio para São Paulo em 29 de setembro de 2008. A mostra é dividida em seis ambientes que contam a trajetória do craque, sendo eles infância, Santos Futebol Clube, Seleção Brasileira, New York Cosmos e Outros Palcos, Homenagens e Estatua de Gera. Possui acervos inéditos, que fazem parte do acervo pessoal do atleta, que revelam suas histórias mais marcantes, antes e depois do futebol.

publicação/revisão publicado

eventos relacionados

evento relacionado As Donas da Bola
tipo de relação parentesco temático
publicação/revisão publicado

evento relacionado Brasil 20 Copas

<http://sismf.museudofutebol.org.br/dados/estratocompleto?true/s:20700/e:660238>

1/3

2- Mania de Coleccionar

07/07/2017

Dados



Mania de Coleccionar, 2009, São Paulo, Exposição Temporária

Código no sistema: 660256

publicado

nome do evento (identificador)
tipo de nome
publicação/revisão

nomes
Mania de Coleccionar
nome adotado
publicado

ano
tipo de data
data de início do projeto
tipo de data
data de abertura
data de término
local de realização (geográfico)
tipo de evento
edição

dados do evento
2009
cerca de
02/02/2009
exata
19/05/2009
16/08/2009
São Paulo, São Paulo, Brasil
Exposição Temporária
1

descrição do evento

"Mania de Coleccionar" foi a segunda exposição do Museu do Futebol, que através de um acervo de mais de 5 mil peças mostra o apaixonante universo do futebol. Inspirada na primeira sala do Museu, a Grande Área, a mostra trata do colecionismo ligado ao universo do futebol entre camisas, flâmulas e botões. Clubes dos 27 estados brasileiros são representados em 120 camisas que levam nomes curiosos, com cores e estampas únicas. Mais de 250 flâmulas, principalmente das décadas de 50 e 60, relembram a história das Copas, de grandes clubes, de mascotes de times e de jogadores, e cerca de 5 mil botões, divididos nas categorias profissionais e lúdicos. A exposição conta ainda com quatro vídeos, sendo o primeiro uma simulação, narrada pelo jornalista Paulo Bonfá, de trechos da final da Copa de 70, Brasil e Itália, apresentados num jogo de botão que rememora a partida. O segundo apresenta o processo industrial de fabricação dos botões, já os dois outros vídeos mostram os colecionadores e botonistas falando sobre a mania de coleccionar e a paixão pelo futebol de mesa. Cada seção da mostra – Camisas, Flâmulas e Botões – possui textos que tiveram a colaboração dos escritores e críticos de futebol Marcelo Rubens Paiva, Marcelo Duarte e José Renato Santiago.

<http://sismf.museudofutebol.org.br/dados/extratoCompleto?true/s:20700/e:660256>

1/5

3- Copas do Mundo de A a Z

07/07/2017

Dados



Copas do Mundo de A a Z, 2010, São Paulo, Exposição Temporária

Código no sistema: 660626

publicado

nome do evento (identificador)	nomes
tipo de nome	Copas do Mundo de A a Z
publicação/revisão	nome adotado
	publicado
ano	dados do evento
tipo de data	2010
data de abertura	exata
tipo de data	31/05/2010
data de término	em pesquisa
local de realização (geográfico)	30/11/2010
tipo de evento	São Paulo, São Paulo, Brasil
edição	Exposição Temporária
1	
descrição do evento	"Copas do Mundo de A a Z" aborda de uma forma inusitada, dos 19 Mundiais, até 2010, através de uma enciclopédia de verbetes do futebol. Cada uma das 26 letras conta e reconta momentos do evento mais importante do esporte, como as estatísticas em "N" de "Números", os gols que se parecem com pinturas em "O", de "Obras de Arte", e as goleadas homéricas, ou "chocolates", em "C". A exposição brinca com as percepções num labirinto onde cada sala tem vida própria, num verdadeiro experimento que mostra fatos conhecidos, outros inusitados, misturando linguagens variadas numa seleção de jogadores, fotografias, vídeos, grafites, HQs, ilustrações e muito mais.
publicação/revisão	publicado
evento relacionado	eventos relacionados
tipo de relação	As Donas da Bola
publicação/revisão	parentesco temático
	publicado

<http://sismf.museudoofutebol.org.br/dados/extratocompleto/true/s:20700/e:660626>

1/4

4- Oras, Bolas! O Futebol pelo Mundo

07/07/2017

Dados



Ora, Bolas! O Futebol Pelo Mundo, 2009, São Paulo, Exposição Temporária

Código no sistema: 660320

publicado

nome do evento (identificador)
tipo de nome
publicação/revisão

nomes
Ora, Bolas! O Futebol Pelo Mundo
nome adotado
publicado

dados do evento
ano
2009
tipo de data
exata
data de abertura
05/12/2009
tipo de data
exata
data de término
14/03/2010
local de realização (geográfico)
São Paulo, São Paulo, Brasil
tipo de evento
Exposição Temporária
edição
1

descrição do evento
A exposição "Ora, Bolas! O Futebol Pelo Mundo" apresentou 50 fotografias de registros do futebol ao redor do mundo, vídeos e uma vitrine com bolas oficiais das Copas desde 1970 com informações e curiosidades sobre o futebol jogado em 24 países. Dentre as imagens expostas, 37 são do fotógrafo Caio Vilela em sua primeira exposição. As demais, fazem parte das coleções editoriais da Getty Images Brasil, todas retratando a paixão pelo futebol e sua capacidade de unir diferentes povos. A curadoria ficou a cargo do jornalista esportivo Marcelo Duarte e do designer e editor de arte Augusto Lins Soares. Como artista convidada desta exposição, Regina Silveira, apresentou sua obra "O Jogador", de 1981.

publicação/revisão
publicado

eventos relacionados
evento relacionado
tipo de relação
publicação/revisão

As Donas da Bola
parentesco temático
publicado

<http://sism.f.museudo.futebol.org.br/dados/extratocompleto/true/s:20700/e:660320>

1/5

5- Olhar com Outro Olhar

07/07/2017

Dados



Olhar com outro Olhar, 2011, São Paulo, Exposição Temporária

Código no sistema: 660644

publicado

nome do evento (identificador)
tipo de nome
publicação/revisão

nomes
Olhar com outro Olhar
nome adotado
publicado

dados do evento
ano
2011
tipo de data
exata
data de abertura
18/06/2011
tipo de data
exata
data de término
30/10/2011
local de realização (geográfico)
São Paulo, São Paulo, Brasil
tipo de evento
Exposição Temporária
edição
1

descrição do evento

A exposição temporária do Museu do Futebol "Olhar com outro olhar" aproximou as diferenças mostrando que cegos, surdos ou pessoas com mobilidade reduzida têm um mundo de percepções e sensibilidades. Num universo de possibilidades de formas de ver, sentir e ouvir, a mostra alargou os sentidos e experiências de mundo através de possibilidades de compreensão e percepção do jogo de futebol. Com recursos como imagens transpostas para relevo em acetato, alto contraste e maquete tátil, entre outras experiências, pessoa com deficiência, seja visual ou intelectual, abriu caminhos para a construção do sentido da imagem fotográfica a partir da experimentação de cada uma das peças - o que permitiu também aos não deficientes conhecer o universo daqueles que, apesar ou, sobretudo, por suas deficiências, são capazes de superar obstáculos e construir um mundo de conhecimento.

publicação/revisão
publicado

eventos relacionados
evento relacionado
As Donas da Bola
tipo de relação
parentesco temático
publicação/revisão
publicado

evento relacionado
As Marcas do Rei
tipo de relação
parentesco temático
publicação/revisão
publicado

evento relacionado
Brasil 20 Copas
tipo de relação
parentesco temático
publicação/revisão
publicado

evento relacionado
Copas do Mundo de A a Z

<http://sismf.museudoofutebol.org.br/dados/extratocompleto/true/s:20700/e:660644>

1/4

6- Vestiário

07/07/2017

Dados



Vestiário, 2012, São Paulo, Exposição Temporária

Código no sistema: 660653

publicado

nome do evento (identificador)
tipo de nome
publicação/revisão

nomes
Vestiário
nome adotado
publicado

ano
tipo de data
data de abertura
tipo de data
data de término
local de realização (geográfico)
tipo de evento
edição

dados do evento
2012
exata
15/02/2012
exata
15/07/2012
São Paulo, São Paulo, Brasil
Exposição Temporária
1

descrição do evento
A exposição temporária "Vestiário", realizada na Sala "Osmar Santos" do Museu do Futebol, que já foi um antigo vestiário, nos mostra o universo do pré e pós jogo de futebol numa experiência visual através de fotografias de Gilberto Perin, obras do plástico Felipe Barbosa e os vídeos projetados do artista visual VJ Spetto. A mostra forma uma grande instalação que recria um vestiário utilizando elementos de três formas artísticas: a fotografia, as artes plásticas e o vídeo mapping.

publicação/revisão
publicado

eventos relacionados
evento relacionado
tipo de relação
publicação/revisão

As Donas da Bola
parentesco temático
publicado

evento relacionado
tipo de relação

As Marcas do Rei
parentesco temático

<http://sismf.museudoofutebol.org.br/dados/extratocompleto/true/s:20700/e:660653>

1/4

7- Exposição virtual "Chuteiras: a evolução do futebol na ponta dos pés"

07/07/2017

Dados



Chuteiras: a evolução do futebol na ponta dos pés, 2017, São Paulo, Exposição Virtual

Código no sistema: 650198

publicado

nomes

nome do evento (identificador) Chuteiras: a evolução do futebol na ponta dos pés
tipo de nome nome adotado
publicação/revisão publicado

nome do evento (identificador) Exposição virtual: "Chuteiras"
tipo de nome nome adotado

dados do evento

ano 2017
tipo de data cerca de
data de início do projeto 12/2016
tipo de data cerca de
data de abertura 05/2017
local de realização (geográfico) São Paulo, São Paulo, Brasil
tipo de evento Exposição Virtual
descrição do evento A exposição virtual "Chuteiras" exhibe o universo de um dos itens mais interessantes da composição do vestuário dos times de futebol – o único que permite uma personalização dentro da unidade visual do uniforme esportivo. Desde os primeiros modelos – e das primeiras regras sobre seu uso –, a mostra traz uma narrativa sobre a evolução dos modelos, no design e materiais, mostrando casos que revelam sua intrínseca relação com o marketing esportivo do início do século XX até os modelos atuais. Essa mostra virtual integra um projeto mundial proposto pelo Google Cultural Institute que tratará o tema "Fashion" a partir das coleções de museus e instituições culturais de vários países. Acesse em: Exposição Virtual "Chuteiras: a evolução do futebol na ponta dos pés"
observações Exposição em língua portuguesa e inglesa.
publicação/revisão publicado

eventos relacionados

<http://sisnrf.museudofutebol.org.br/dados/extratoCompleto/true/s:20700/e:650198>

1/5

8- Exposição virtual "Estilo em campo: Acessórios, cores e tecnologias que vestiram a história do futebol"

07/07/2017

Dados



Estilo em Campo, 2017, São Paulo, Exposição Virtual

Código no sistema: 650280

publicado

nome do evento (identificador)	Estilo em Campo
tipo de nome	nome adotado
publicação/revisão	publicado
nome do evento (identificador)	Estilo em Campo: Acessórios, cores e tecnologias que vestiram a história do futebol
tipo de nome	nome completo
publicação/revisão	publicado
nome do evento (identificador)	Exposição virtual: "Estilo em Campo"
tipo de nome	nome adotado

dados do evento

ano	2017
tipo de data	cerca de
data de início do projeto	12/2016
tipo de data	cerca de
data de abertura	05/2017
local de realização (geográfico)	São Paulo, São Paulo, Brasil
tipo de evento	Exposição Virtual
descrição do evento	A exposição virtual "Estilo em Campo" explora as evoluções e transformações das roupas e acessórios dos atletas homens e mulheres no futebol, tanto no Brasil como no Reino Unido. A mostra traz principalmente as mudanças na confecção, utilidade e tecnologia desses vestuários, assim como o surgimento e o desaparecimento de alguns itens esportivos. A cronologia apresentada explora acervos documentais como as próprias regras do futebol, propagandas antigas dos jornais e um vasto acervo fotográfico. Essa mostra virtual integra um projeto mundial proposto pelo Google Cultural Institute que tratará o tema "Fashion" a partir das coleções de museus e instituições culturais de vários países. Acesse em: Exposição Virtual "Estilo em Campo: acessórios, cores e tecnologia na moda do futebol"

<http://sismf.museudoofutebol.org.br/dados/extratocompleto?true/s:20700/e:650280>

1/6

9- Exposição virtual "A história da camisa canarinho"

07/07/2017

Dados



A História da Camisa Canarinho, 2017, São Paulo, Exposição Virtual

Código no sistema: 649812

publicado

nome do evento (identificador)	nomes
tipo de nome	A História da Camisa Canarinho
publicação/revisão	nome completo
	publicado
nome do evento (identificador)	Exposição virtual: "A história da camisa canarinho"
tipo de nome	nome adotado

dados do evento

ano	2017
tipo de data	cerca de
data de início do projeto	12/2016
tipo de data	cerca de
data de abertura	05/2017
local de realização (geográfico)	São Paulo, São Paulo, Brasil
tipo de evento	Exposição Virtual
descrição do evento	A exposição virtual "A História da Camisa Canarinho" traz a história de como nasceu a famosa camisa verde-amarela símbolo da Seleção Brasileira de Futebol. Altamente criticado, o uniforme do Brasil trazia as cores branco e azul. Em 1953, véspera da Copa do Mundo de 1954, inicia-se uma campanha protagonizada pelo jornal carioca Correio da Manhã para eleger um novo modelo de vestuário para a seleção nacional. Ironia do destino ou não, a proposta vencedora veio das mãos de um brasileiro cujo coração estava do lado dos algozes de 1950: Aldyr Garcia Schlee, jornalista e desenhista. Essa mostra virtual integra um projeto mundial proposto pelo Google Cultural Institute que tratará o tema "Fashion" a partir das coleções de museus e instituições culturais de vários países. Acesse em: Exposição Virtual "A História da Camisa Canarinho"
observações	Exposição em língua portuguesa e inglesa.
publicação/revisão	publicado

<http://sismf.museudofutebol.org.br/dados/extratoCompleto/true/s:20700/e:649812>

1/6

10- Oficina "Violências Indizíveis"

07/07/2017

Dados



Violências Indizíveis, 2017, São Paulo, Ação Cultural

Código no sistema: 659610

publicado

nome do evento (identificador)	nomes
tipo de nome	Museus e histórias controversas: dizer o indizível em Museus
	outros nomes
nome do evento (identificador)	Violências Indizíveis
tipo de nome	nome adotado
publicação/revisão	publicado
ano	dados do evento
tipo de data	2017
data de abertura	exata
local de realização (geográfico)	20/05/2017
tipo de evento	São Paulo, São Paulo, Brasil
edição	Ação Cultural
descrição do evento	1
	Encontro realizado pelo Museu do Futebol em parceria com o Intermuseus como parte da programação da 15ª Semana de Museus promovida pelo IBRAM que teve como tema "Museus e histórias controversas: dizer o indizível em museus". Membros de coletivos de torcedores, pesquisadores, atletas gays e trans e outros representantes da sociedade civil participaram da atividade que teve como objetivo a reflexão sobre a representação dos grupos LGBTQTs no futebol e no próprio Museu. A oficina aconteceu no dia 20 de Maio de 2017 e contou com a participação de Bernardo Gonzales, Douglas Batista, Mauricio Lima, Guilherme Fernandes, Flávio Augusto de Almeida Jr., Filipe Manetta, Análio Tomé, Denise Bonfim, Raísa Rocha, Guadalupe Carmel, Mauricio Rodrigues Pinto, Nelson Matias Pereira e Erico dos Santos.
publicação/revisão	publicado
local de realização	ações
áreas envolvidas	Biblioteca
responsável (Museu)	Documentação, Pesquisa e Exposições, Gestão de Eventos
	Daniela Alfonsi

<http://sismf.museudofutebol.org.br/dados/extrato/completo/true/s:20700/e:659610>

1/3

3. PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL

No segundo trimestre de 2017, o público total presencial foi de 64.449 em 78 dias de abertura. O público de ações extramuros e SISEM somou 28.540. O público total do Museu no período foi de 92.989.

Foram oferecidas 11 atividades dentro da programação cultural, ocupando 16 dias e atraindo ao Museu do Futebol 1.845 pessoas, representando quase 3% do público presencial no primeiro trimestre.

Dentre as onze atividades oferecidas, quatro merecem destaque:

- a) No mês de abril, por meio de uma parceria com o canal de televisão ESPN, foi exibida de modo gratuito ao público do Museu a taça do campeonato inglês (Premier League). O troféu veio pela primeira vez ao Brasil e ficou no Museu, na sala Osmar Santos, entre 04 e 09 de abril. Trouxe um aumento significativo de público no período, como pode ser observado no detalhamento da meta 33.
- b) No mês de maio, dois eventos merecem destaque: o lançamento do livro sobre o centenário do Derby, clássico jogo entre Palmeiras e Corinthians, que trouxe mais de 240 pessoas ao Museu, no mesmo dia em que houve o Encontro de Colecionadores, com a participação de 800 pessoas.
- c) Também no mês de maio, a oficina “Violências Indizíveis no Futebol”, que reuniu 17 convidados para discutir como a violência de gênero (contra mulheres e público LGBT) repercute na prática do futebol. A oficina ocorreu dentro da Semana de Museus do IBRAM, que teve como tema “Dizer o indizível nos Museus”. A oficina foi uma co-realização Museu do Futebol e o Intermuseus, associação civil dedicada a unir a sociedade civil aos museus. Foi a primeira aproximação do Museu do Futebol com grupos LGBT, como times de pessoas gays e trans, pesquisadores, jornalistas e torcedores. Como resultados práticos, tivemos ações na semana da Parada do Orgulho LGBT em São Paulo (iluminação da fachada do Estádio, avatar nas redes sociais, divulgação no videowall e anúncio institucional de apoio à luta contra a homotransfobia no futebol). Foram instaladas placas de apoio ao respeito à diversidade no acesso aos banheiros da instituição, uma medida indicada pelo público transgênero.
- d) No mês de junho, tivemos o I Encontro Nacional de Mulheres de Arquibancada, que reuniu 320 torcedoras de 16 estados nacionais. O evento foi inédito no Brasil e obteve excelente repercussão na mídia nacional e

estrangeira. O objetivo foi a troca de experiência entre torcedoras, organizadas ou não, de diferentes clubes brasileiros, sobre questões como machismo, assédio e práticas ainda proibidas a mulheres nas arquibancadas (como tocar bateria ou tremular bandeira). O Encontro foi uma iniciativa de quatro torcedoras (uma de São Paulo, duas cariocas e uma do interior paulista) que conceberam a ideia e procuraram o Museu para a realização, por meio do Centro de Referência do Futebol Brasileiro. Foi redigido um documento com propostas de melhorias às mulheres nos estádios, clubes e torcidas.

Para o próximo trimestre, a programação cultural abordará o Programa Férias no Museu (no mês de julho), uma série com três encontros sobre o futebol de várzea em São Paulo, celebração dos aniversário dos clubes Palmeiras, Portuguesa e Corinthians e um festival de arte e futebol de rua, o "Ocupa Pacaembu", em parceria com a ONG Ação Educativa dentro da Programação Estéticas das Periferias.

Finalizando as ações do Programa de Exposições e Programação Cultural, foi lançada na Plataforma Google Arts & Culture as três exposições virtuais que integram do Projeto "We wear culture". As exposições foram preparadas pela equipe do CRFB no último trimestre de 2016 e foram lançadas mundialmente em 08 de junho. O projeto reúne exposições feitas por mais de 180 instituições culturais de renome no mundo todo.

Estão contemplados os ícones, os movimentos, os visionários e os criadores de moda, incluindo Alexander McQueen, Marilyn Monroe, Coco Chanel, Audrey Hepburn, entre muitos outros. As exposições lançadas pelo Museu do Futebol são:

"A HISTÓRIA DA CAMISA CANARINHO: como o amarelo ouro passou a vestir o Brasil"

"CHUTEIRAS: a evolução do futebol na ponta dos pés"

"ESTILO EM CAMPO: acessórios, cores e tecnologia na moda do futebol"

Acesso pelo link:

<https://www.google.com/culturalinstitute/beta/partner/museu-do-futebol>

AÇÕES A SEREM REALIZADAS		METAS DE PRODUTO E RESULTADOS A SEREM ALCANÇADAS			
No.	Ação	Indicativo de Produtos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
30	Desenvolver e executar programação cultural e de exposições temporárias a partir da "Política de exposições e Programação Cultural do Museu do Futebol – 2017"	Número mínimo de eventos realizados	1o tri	5	7
			2o tri	5	11
			3o tri	5	
			4o tri	5	
			META ANUAL	20	18
			ICM%	100%	100%

31		Indicativo de Resultados	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Público mínimo recebido nos eventos	1o tri	1.500	7.983
			2o tri	500	1.845
			3o tri	1.500	
			4o tri	500	
			META ANUAL	4.000	9.828
			ICM%	100%	100%
32	Exposições virtuais na Plataforma Google Cultural Institute	Indicativo de Resultados	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		1 exposição virtual publicada	1o tri	-	-
			2o tri	-	
			3o tri	-	
			4o tri	1	
			META ANUAL	1	-
			ICM%	100%	-
33	Receber visitantes presencialmente no Museu do Futebol	Indicativo de Resultados	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Número de visitantes recebidos	1o tri	75.000	54.889
			2o tri	75.000	64.449
			3o tri	75.000	
			4o tri	75.000	
			META Anual	300.000	119.338
			ICM%	100%	40%
34	Elaborar Manual de Gestão tecnológica para exposições do Museu do Futebol	Indicativo de Resultados	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Manual entregue	1o tri	-	-
			2o tri	-	
			3o tri	1	
			4o tri	-	
			META	1	-
			ICM%	100%	-
35	Iniciar projeto de renovação da exposição de longa duração	Indicativo de Produto	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Implantação de comitê curatorial – Relatório das ações do Comitê	1o tri	-	-
			2o tri	-	
			3o tri	1	
			4o tri	-	
			META	1	-
			ICM%	100%	-

36		Indicativo de produto	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Realizar seminário com especialistas sobre o tema: Ciência do Esporte	1o tri	-	-
			2o tri	-	
			3o tri	-	
			4o tri	1	
			META	1	-
			ICM%	100%	-

Ação Desenvolver e executar programação cultural e de exposições temporárias a partir da "Política de exposições e Programação Cultural do Museu do Futebol - 2017"

**Detalhamento das metas 30 e 31
Número mínimo de eventos realizados / Público mínimo recebido nos eventos**

Justificativa da superação das metas 30 e 31

A meta previa a realização de um número mínimo de ações culturais (eventos), sendo desejável, portanto, sua superação uma vez que essas atividades são estratégicas para a divulgação do equipamento, e engajamento de novos públicos. Estavam previamente previstos o mínimo de 5 eventos durante o segundo trimestre. A superação da meta foi devido ao fato de terem sido oferecidos por terceiros propostas de programação cultural que não foram previstas quando a pactuação desse Plano de Trabalho.

Foram quatro ações ofertadas que se enquadram nesse perfil, a saber:

- Conferência Internacional Sistemas Esportivos no Mundo, promovido pela Rede Esporte pela Mudança Social (REMS) em conjunto com o Consulado dos EUA no Brasil. O evento trouxe importantes nomes da área de gestão esportiva, como Christine Green da Universidade de Illinois, a jornalista Fabiana Bentes, Fabio Silvestre que é especialista em psicologia do esporte, Maria Luiza Dias do SESC SP, e Silvia Gonçalves do Atletas pelo Brasil.
- Em parceria com Pelado Real, realizamos a palestra denominada "Meninas que jogam", onde Monica Sousa, diretora executiva da Mauricio de Sousa produções apresentou o projeto Donas da Rua e o Soccer Camp Donas da Rua, falou também Thays Prado da ONU Mulheres, apresentando o projeto

“Uma vitória leva a outra” e dados mundiais sobre a desigualdade de gênero, e ainda Maria Guimarães apresentou uma pesquisa com meninas de 8 a 12 anos em todo o Brasil e que embasou a campanha #meninasfortes da Nescau.

- o I Encontro de Mulheres de Arquibancada, uma ação idealizada e organizada por torcedoras mulheres, tendo sido o primeiro evento do gênero no mundo;
- A exibição da Taça da Premier League, oportunidade junto a rede de televisão ESPN.

Detalhamento

Foram realizadas, conforme a Política de Exposições e Programação Cultural pactuada no Contrato de Gestão, 11 atividades gratuitas ao público, em 16 dias, atraindo ao Museu do Futebol 1.845 pessoas

Mês	Número de eventos	Número de Dias de programação	Público total
Abril	3	8	185 (não contabilizado o público da exibição da Taça da Premier League, pois este foi computado na Bilheteria)
Maio	4	4	1.120
Junho	4	4	540
Total	11	16	1.845

No.	Data Total de dias Público final	Descrição
1	08/04/2017 52 pessoas	Reuniões do Grupo Memofut – 87ª Edição Palestra - “Retrospectiva dos dez anos do Memofut”, com Alexandre Andolpho. / Palestra - “A Copa Pelé e a era de ouro da Seleção Brasileira de Masters (1987-1995)”, com Gustavo Carvalho. / Palestra - “O Jogo das Vedetas”, com Max Gehringer. / Palestra - “Campeonato Brasileiro de Seleções (Parte 6)”, com Rodrigo Saturnino Braga.

		
2	De 04 a 09/04/2017 (8.691 visitantes no Museu na semana da exibição)	Exibição da Taça da Premier League (Campeonato Inglês) O troféu da Premier League veio ao Brasil pela primeira vez em uma ação conjunta promovida pela liga inglesa e a ESPN, detentora dos direitos exclusivos de transmissão da liga para o mercado brasileiro. Existem apenas duas taças, a que vem ao Brasil e a que está em posse do Leicester City, atual campeão inglês. A partir de uma parceria com o canal de televisão, a taça foi exibida ao público do Museu entre os dias 03 e 09 de abril. A entrada no Museu no período foi gratuita, pois a Liga Inglesa não permite que seja cobrado ingresso para ver o troféu. A ação foi um sucesso de público e de repercussão de mídia.  
2	15 e 16/04/2017 133 participantes	Apresentação Teatral "Scaratuja" Espectáculo teatral inovador voltado ao público da primeira infância, estimulando o crescimento cognitivo e expressivo dos bebês, vem de encontro com a proposta do Projeto 'Dente de Leite' do Museu do Futebol.  
3	06/05/2017 800 participantes	22º Encontro de Colecionadores de Camisas Nesta edição com o Tema DERBY – 100 anos de Rivalidade entre Corinthians x Palmeiras. Este evento teve como objetivo reunir desde os colecionadores mais fanáticos até aqueles que simplesmente apreciam a história das camisas. Evento somente para troca e apreciação de camisetas de clubes nacionais e internacionais, sendo vetado qualquer tipo de comercialização no local. Neste dia realizamos sorteio de 1 livro do Museu do Futebol -

		Experiências e 1 Livro DERBY - 100 Anos de Rivalidade entre Corinthians e Palmeiras. 
4	06/05/2017 240 pessoas	Lançamento de Livro e bate papo. O livro DERBY Corinthians x Palmeiras: 100 anos de Rivalidade, de autoria dos jornalistas Celso Unzelte (comentarista do programa Cartão Verde, da TV Cultura, e dos canais ESPN) e Paulo Vinicius Coelho, o PVC (comentarista dos canais Fox Sport) foi lançado no Auditório Armando Nogueira do Museu do Futebol. Além dos autores, participaram de um bate-papo preliminar com o público os autores Celso e PVC, Juca Kfourie e o ex jogador Zé Elias. com transmissão ao vivo. A participação no encontro mediante reserva de ingresso através do site sympla.  
5	13/05/2017 63 participantes	Reuniões do grupo Memofut - 88ª Edição Homenagem a ex goleira Sonia Bissoli / Palestra - "Jogadores estrangeiros na literatura brasileira", com Ademir Takara / Bate-papo bola com o produtor e diretor cinematográfico Luiz Carlos Barreto. Barreto é produtor de diversos filmes, entre eles "Garrincha, Alegria do Povo" (1962) e "Isto é Pelé" (1974), além de ter sido repórter e fotógrafo da Revista "O Cruzeiro" nas décadas de 1950 e 60./ Bate-papo bola com Diana Mendes Machado da Silva, autora do livro "Futebol de várzea em São Paulo: a Associação Atlética Anhanguera (1928-1940)" (Editora Alameda, 2017). A obra esteve à venda no local e a autora autografos exemplares ao final da reunião.  

		
6	20/05/2017 17 participantes	Oficina 'Violências Indizíveis' - Semana de Museus Oficina elaborada a um público especialmente convidado, dentre membros de coletivos de torcedores, pesquisadores, atletas e outros representantes da sociedade civil, para um encontro dedicado à discussão sobre as representações de gênero no futebol. O evento intitulado Violências Indizíveis . A atividade fez parte da 15ª Semana de Museus que aconteceu em todo o Brasil entre os dias 15 e 21 de maio e foi promovido pelo Instituto Brasileiro de Museus (Ibram). A temática desse ano foi "Museus e histórias controversas: dizer o indizível em museus".  
7	06/06/2017 35 participantes	'Meninas que Jogam' - Como e por que o futebol pode contribuir para o desenvolvimento das meninas desde a infância. Bate Papo - 'Meninas que Jogam', iniciativa do Pelado Real, grupo de mulheres que jogam e discutem futebol, que tratará de como e por que o futebol pode contribuir para o desenvolvimento das meninas desde a infância. Participaram do evento Monica Sousa (diretora Executiva da Mauricio de Sousa Produções, apresentando o projeto Donas da Rua e o Soccer Camp Donas da Rua), Thays Prado (ONU Mulheres, apresentando o projeto "Uma Vitória Leva a Outra" e dados mundiais sobre igualdade de gênero) e Maria Guimarães (da agência 65/10, apresentou a pesquisa com meninas de 8 a 12 anos em todo o Brasil e a campanha #MeninasFortes da Nescau). 

8	07/06/2017 170 participantes	Conferência Internacional Sistemas Esportivos no Mundo - A REMS – Rede Esporte pela Mudança Social - e o Consulado Geral dos EUA em São Paulo se uniram para realizar o evento que, além de fazer parte das comemorações para os 10 anos da Rede no Brasil, compartilhou experiências e, em conjunto com a comunidade esportiva, traçar perspectivas futuras com relação à democratização do acesso ao esporte para a próxima década. O objetivo foi refletir sobre os desafios e oportunidades para a implantação de um sistema esportivo para todos e todas no Brasil e conhecer modelos de outros países. 
9	10/06/2017 320 participantes	I Encontro Nacional de Mulheres de Arquibancada: Resistência e Empoderamento. Pela primeira vez cerca de 320 torcedoras representantes de mais de 50 torcidas e coletivos de 11 estados do Brasil se reuniram no auditório do Museu do Futebol para debater experiências de arquibancada. A partir da necessidade de diálogo e do intercâmbio de experiências entre mulheres torcedoras de todo o país, o encontro foi gestado de forma colaborativa e virtual entre as próprias torcedoras. Além das falas de apresentação das organizadoras do encontro, a programação dará voz às iniciativas e experiências de participação de mulheres nos espaços de torcer, pensar e fazer o futebol, com diferentes representações regionais e clubísticas do Brasil. No período da tarde, houve uma mesa representada por lideranças da ANATORG (Associação Nacional de Torcidas Organizadas), com o objetivo de contribuir com o debate proposto pelas torcedoras e com perguntas direcionadas pelas sub-regiões presentes. 

10	16/06/2017 15 participantes	Bate Papo - Esportes no Mundo LGBT 'Como tornar o esporte mais inclusivo aos grupos LGBT' Conversa com integrantes dos times de futebol que se declaram gays "Unicorns", "Bulls", com o time de meninos trans "Meninos Bom de Bola", junto com representante do Comitê Desportivo LGBT, mediado pelo pesquisador Wagner Xavier de Camargo, sobre as representações de gênero no futebol e demais esportes.
----	-----------------------------------	---



Detalhamento da Meta 33 - Receber visitantes presencialmente no Museu do Futebol

Justificativa para o cumprimento parcial da meta

O Museu do Futebol vem apresentando, desde 2015, forte tendência de queda do número do público visitante. Apesar da melhora do resultado parcial do segundo trimestre em relação ao período anterior, o ano de 2017 vem mostrando resultados inferiores que o ano de 2016, o que é preocupante não apenas para o cumprimento das metas pactuadas, mas, sobretudo, para receitas oriundas da bilheteria, que são impactadas pela queda na visitação.

Ainda que tal contexto não seja isolado no contexto dos museus brasileiros, em especial pelo atual cenário de crise econômica e desemprego no país, no Museu do Futebol apresentamos o agravante de que o orçamento atual não permite o investimento em novas exposições temporárias ou programação cultural de grande porte e visibilidade. A ação realizada com a ESPN durante a primeira semana de abril mostrou o quanto uma nova programação é capaz de atrair novos visitantes. Contudo, sem recursos para o custeio de ações dessa natureza, as possibilidades de atuação ficam bastante limitadas.

De modo a enfrentar o cenário, a equipe técnica do Museu, em especial a de programação cultural e do Centro de Referência do Futebol Brasileiro, tem envidado esforços para atrair parcerias para a realização de ações culturais com baixo custo ou a custo zero no Museu do Futebol. Para o mês

de agosto, por exemplo, haverá uma ação na Praça Charles Miller que pretende reunir mais de 2 mil pessoas (o Festival "Ocupa Pacaembu"), que será custeada com recursos da ONG Ação Educativa, dentro do projeto "Estéticas das Periferias". Contudo, trata-se ainda de ações de curta duração (1 dia), sendo crucial a realização de uma nova exposição temporária, de maior duração, para colaborar com a divulgação do Museu e a consequente atração de um maior número de visitantes.

Abaixo, a planilha com o detalhamento do público recebido no período de Janeiro a junho de 2017.

Aproveitamos para responder ao Parecer UPPM mediante ofício 112/17 entregue em 14/07/2017.

Resumo 2017 - Planilha de Visitantes - Bilheteria +Ações								
	Categorias	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	TOTAL
1	Individual	12.732	5.956	5.191	15.911	6.305	7.854	53.949
2	Individual Estrangeiro	978	572	823	1.166	1.070	886	5.495
3	Estudante Estrangeiro	200	67	88	71	111	132	669
4	Estudante Pagante	3.812	1.525	1.339	1.967	1.146	1.825	11.614
5	Idoso	1.215	581	649	1.611	525	622	5.203
6	Aposentado	18	15	15	11	21	31	111
7	Escola Privada	186	-	698	372	1.567	1.261	4.084
8	Escola Pública	0	-	298	1.119	2.604	3.377	7.398
9	Instituições / ONGs	540	429	1.375	1.286	1.352	1.224	6.206
10	Professor de Rede Pública	144	36	47	77	46	91	441
11	Professor da rede Particular	34	-	63	48	165	139	449
12	Deficientes	90	33	39	68	29	23	282
13	Gratuidades	465	223	435	402	246	232	2.003
14	Sec. Segurança Pública	45	23	80	32	18	34	232
15	Menores de 07 anos	2.440	1.014	735	2.217	1.046	982	8.434
16	Parceiros	230	-	-	-	100	155	485
17	Funcionários de Instituições Museológicas	0	-	3	3	1	1	8
18	Acompanhantes	383	92	102	117	102	126	922
19	Promoção Clubes	18	-	-	5	3	-	26

20	Promocionais (Peixe Urbano e outros)	534	17	-	44	142	297	1.034
Total Visitantes - Bilheteria		24.064	10.583	11.980	26.527	16.599	19.292	109.045
Visitas Exclusivas		12	178	1	-	100	-	291
Programação Cultural		7.705	186	92	185	1.120	540	9.828
Visitas CRFB		22	27	39	34	34	18	174
TOTAL META		31.803	10.974	12.112	26.746	17.853	19.850	119.338
Extra Muros		5.621	867	2.466	2.465	3.705	4.526	19.650
SISEM		366	-	4.164	3.622	2.993	11.229	22.374
TOTAL GERAL		37.790	11.841	18.742	32.833	24.551	35.605	161.362

4. PROGRAMA EDUCATIVO

No segundo trimestre de 2017, o Núcleo Educativo do Museu do Futebol atendeu o total de 12.084 pessoas, em visitas educativas agendadas, visitas ao Estádio, além de jogos, atividades e visitas educativas oferecidas ao público espontâneo. O total de atendimentos representa 18,7% do público total recebido pelo Museu do Futebol no período (incluindo visita à exposição, ao CRFB e à Programação Cultural).

Do total de atendimentos, 9.630 (79%) foi oriundo de visitas educativas agendadas, dos quais o maior volume, 4.965 (41%) foi proveniente escolas públicas, número maior que o período anterior. Foi observado leve recuperação do público de escolas estaduais, que teve acentuada queda nos trimestres anteriores.

A tabela abaixo resume os atendimentos.

Perfil	Capacidade de Atendimento (total de vagas) / atividades e horários oferecidos	Total realizado	% de ocupação	% em relação ao público total atendido pelo educativo no 2º Trimestre/2017
Escolar – visitas agendadas	10.857	5.800	53%	48%
Outros grupos – visitas agendadas	5.723	3.830	67%	31,6%
Visitas agendadas ao Estádio do Pacaembu	25 visitas oferecidas	540	100%	4,4%
Participantes de atividades educativas (finais de semana/feriados)	40 atividades oferecidas	1.317	100%	11%
Visitas mediadas – público espontâneo (finais de semana)	55 visitas oferecidas	597	100%	5%
Total público atendido pelo Núcleo Educativo (abr-jun/2017)		12.084		100%

Nº	Ação	Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral		
			Período	Meta Prevista	Meta Realizada
37	Realizar visitas educativas para estudantes de escolas públicas e privadas	Capacidade de atendimento por trimestre de estudantes de escolas públicas e privadas em visitas educativas	1º trimestre	7.239	7.239
			2º trimestre	10.857	10.857
			3º trimestre	10.857	-
			4º trimestre	7.239	-
			META ANUAL	36.192	18.096
			ICM %	100%	50%
38	Realizar visitas educativas para estudantes de escolas públicas e privadas (ensino infantil, fundamental, médio, técnico e universitário)	Indicativo de Resultados	Previsão Trimestral		
		Número mínimo de estudantes atendidos em visitas educativas (mínimo = 37% da capacidade de atendimento)	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
			1º trimestre	1.100	832
			2º trimestre	5.500	5.800
			3º trimestre	5.500	-
			4º trimestre	2.500	-
			META ANUAL	14.600	6.632
			ICM %	100%	45%
39	Desenvolver ações, programas e projetos para públicos específicos: pessoas em situação de vulnerabilidade social, idosos, turistas, beneficiários de programas de instituições sociais, agências de turismo, etc.	Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral		
		Nº de ações/programas e projetos para públicos específicos oferecidos: 2 – Projeto Deficiente Residente – 2ª temporada – (Programa de Acessibilidade do Museu do Futebol) e Visitas educativas agendadas	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
			1º trimestre	2	2
			2º trimestre		
			3º trimestre		
			4º trimestre		
			META ANUAL	2	2
			ICM %	100%	100%

40		Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral		
		Capacidade de atendimento por trimestre de públicos específicos (tusitas, pessoas em situação de vulnerabilidade, público beneficiário de programas de instituições sociais, alunos de escolas de futebol, etc) em visitas educativas	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
			1º trimestre	7.921	7.961
			2º trimestre	4.143	5.723
			3º trimestre	4.143	-
			4º trimestre	7.921	-
			META ANUAL	24.128	13.684
			ICM %	100%	57%
41		Indicativo de Resultados	Previsão Trimestral		
		Número mínimo de público especial atendido em visitas educativas (mínimo de 42% da capacidade de atendimento)	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
			1º trimestre	2.600	2.458
			2º trimestre	3.100	3.830
			3º trimestre	3.100	-
			4º trimestre	1.800	-
			META ANUAL	10.600	6.288
			ICM %	100%	59%
42		Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral		
		Projeto Museu Amigo do Idoso: escrever artigo sobre o projeto	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
			1º trimestre	1	1
			2º trimestre	-	-
			3º trimestre	-	-
			4º trimestre	-	-
			META ANUAL	1	1
			ICM %	100%	100%

43		Indicativo de Resultados	Previsão Trimestral		
		Projeto Deficiente Residente - 2ª temporada: Síndrome de Down - criação de 02 atividades/jogos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
			1º trimestre	-	-
			2º trimestre	-	-
			3º trimestre	-	-
			4º trimestre	2	-
			META ANUAL	2	-
			ICM %	100%	-
44		Indicativo de Resultados	Previsão Trimestral		
		Projeto Deficiente Residente - 2ª temporada: Síndrome de Down - criação de manual de convivência com a pessoa com Síndrome de Down (aplicado aos espaços culturais/museus)	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
			1º trimestre	-	-
			2º trimestre	-	-
			3º trimestre	-	-
			4º trimestre	1	-
			META ANUAL	1	-
			ICM %	100%	-
45	Realizar pesquisa de perfil e de satisfação de público escolar modelo SEC (professor e estudante) e monitorar índices de satisfação	Indicativo de Resultados	Previsão Trimestral		
		Número de relatórios entregues	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
			1º trimestre	-	-
			2º trimestre	1	1
			3º trimestre	-	-
			4º trimestre	1	-
			META ANUAL	2	1
			ICM %	100%	50%

46		Indicativo de Resultados	Previsão Trimestral		
		Índice de satisfação (> ou = 80%)	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
			1º trimestre	-	-
			2º trimestre	>= 80%	>= 80%
			3º trimestre	-	-
			4º trimestre	>= 80%	-
			META ANUAL	>= 80%	>= 80%
			ICM %	100%	100%
47		Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral		
		Nº de ações desenvolvidas: visitas mediadas; visitas ao Estádio e oferecimento de jogos/ atividades/ dinâmicas ao público	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
			1º trimestre	3	3
			2º trimestre		
			3º trimestre		
			4º trimestre		
			META ANUAL	3	3
			ICM %	100%	100%
48	Desenvolver ações/ programas/ projetos para famílias	Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral		
		Oferecer visitas conjugadas ao Estádio do Pacaembu: número de visitas oferecidas	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
			1º trimestre	20	20
			2º trimestre	20	25
			3º trimestre	20	-
			4º trimestre	20	-
			META ANUAL	80	45
			ICM %	100%	56%

49	Indicativo de Resultados	Previsão Trimestral		
		Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		1º trimestre	300	497
		2º trimestre	300	540
		3º trimestre	300	-
		4º trimestre	300	-
		META ANUAL	1.200	1.037
		ICM %	100%	86%
50	Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral		
		Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		1º trimestre	25	55
		2º trimestre	25	40
		3º trimestre	25	-
		4º trimestre	25	-
		META ANUAL	100	95
		ICM %	100%	95%
51	Indicativo de Resultados	Previsão Trimestral		
		Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		1º trimestre	250	1.709
		2º trimestre	250	1.317
		3º trimestre	250	-
		4º trimestre	250	-
		META ANUAL	1.000	3.026
		ICM %	100%	303%

52		Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral		
		Oferecer visitas mediadas para famílias aos finais de semana e feriados: número de visitas oferecidas	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
			1º trimestre	24	26
			2º trimestre	24	55
			3º trimestre	24	-
			4º trimestre	24	-
			META ANUAL	96	81
			ICM %	100%	84%
53		Indicativo de Resultados	Previsão Trimestral		
		Oferecer visitas mediadas para famílias aos finais de semana: número mínimo de visitantes atendidos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
			1º trimestre	72	265
			2º trimestre	72	597
			3º trimestre	72	-
			4º trimestre	72	-
			META ANUAL	288	862
			ICM %	100%	299%

Ação: Realizar visitas educativas para estudantes de escolas públicas e privadas (ensino infantil, fundamental, médio, técnico e universitário)

Meta 37 - Indicativo de Produtos: Capacidade de atendimento por trimestre de estudantes de escolas públicas e privadas em visitas educativas

Meta 38 - Indicativo de Resultado: Número mínimo de estudantes atendidos em visitas educativas (mínimo de 37% da capacidade de atendimento)

Justificativas para superação da meta 38

A meta mínima de atendimento foi superada, o que é desejável em se tratando de visitas educativas ao público escolar. O motivo foi a retomada das atividades escolares, com leve recuperação do público de escolas estaduais, comparando ao mesmo período do ano anterior. A superação da meta também possibilitou a recuperação do público mínimo não alcançado no trimestre anterior, equilibrando o semestre.

Detalhamento das metas 37-38

Tabela 1. Demonstração de vagas disponibilizadas (público escolar)

Tabela 1. Demonstração das vagas disponibilizadas (público escolar)				
Ação	Vagas previstas	Vagas abertas	Vagas ocupadas*	% de ocupação
37	10.857	10.857	5.800	53%
* o número de vagas ocupadas equivale ao público atendido				

Tabela 2. Demonstração da ocupação das vagas (público escolar)

Tabela 2. Demonstração da ocupação das vagas (público escolar)						
Ação 38	Escolas Municipais	Escolas Estaduais	Escolas Federais	Escolas Particulares	Universidades	Total mensal
Abril	453	546	0	201	8	1.208
Maio	1135	1.064	0	337	27	2.563
Junho	806	961	0	252	10	2.029
Total realizado	2.394	2.571	0	790	45	5.800
Resultado Realizado	5.800					
Resultado mínimo previsto	5.500					
ICM (trimestre)	105%					

Comentários

Neste período, o Educativo atendeu conforme esperado e planejado, dentro da capacidade de atendimento. No que diz respeito ao público escolar, chama a atenção a presença quase equivalente de escolas municipais e estaduais, cada uma representando, respectivamente, 22,2% e 23,9% do público atendido no período, as maiores categorias do nosso atendimento. A presença de escolas públicas superou significativamente a presença de escolas particulares, as quais representaram apenas 7,3% do público atendido, mesmo com o aumento deste público no período. Nesse sentido, a manutenção da parceria com a Secretaria Municipal de Educação, via

Programa de Visitas Monitoradas, foi fundamental para o sucesso da meta. Por outro lado, o aumento da procura de escolas estaduais de maneira descentralizada e independente pode apontar para uma organização interna e própria das escolas com o objetivo de realizar atividades extraclasse tendo o museu como opção. A presença de estudantes universitários, em contrapartida, caiu em comparação ao trimestre anterior, e representou, neste período, apenas 0,4% do público atendido pelos educadores.

Ação: Desenvolver ações, programas e projetos para públicos específicos: pessoas em situação de vulnerabilidade social, idosos, turistas, beneficiários de programas de instituições sociais, agências de turismo, etc.

Meta 40 - Indicativo de Produtos: Capacidade de atendimento por trimestre de públicos específicos (turistas, pessoas em situação de vulnerabilidade, público beneficiário de programas de instituições sociais, alunos de escolas de futebol, etc.) em visitas educativas

Meta 41 - Indicativo de Resultado: Número mínimo de público especial atendido em visitas educativas (mínimo de 42% da capacidade de atendimento)

Justificativas para superação das metas 40 e 41

Neste trimestre, com a perspectiva de que a superação fosse suficiente para equilibrar os números em relação ao trimestre anterior, quando esta mesma meta ficou abaixo do previsto, foi desenvolvido, em carácter de exceção, por conta da redução da equipe (devido à ausência de uma educadora que se encontra em licença maternidade), um esquema de rodízio no qual o assistente de coordenação e os supervisores entraram na escala de atendimento para poder manter o oferecimento das vagas e o atendimento. Instituições sociais, ONGs e a parceria com a Secretaria Municipal de Assistência e Desenvolvimento Social foram fundamentais para a superação desejada da meta. Nesse sentido, há que destacar também o esforço da equipe como um todo para atender as demandas deste perfil de público e atingir a meta deste trimestre e do anterior, operando dentro da capacidade de atendimento.

Detalhamento das metas 40-41

Tabela 3. Demonstração de vagas disponibilizadas (público específico)

Tabela 2. Demonstração das vagas disponibilizadas (público específico)				
Meta	Vagas previstas	Vagas abertas	Vagas ocupadas*	% de ocupação
40	4.143	5.723	3.830	67%
* o número de vagas ocupadas equivale ao público atendido				

Tabela 4. Demonstração da ocupação das vagas (público específico)

Tabela 4. Demonstração da ocupação das vagas (público especial)												
Ação 41	Em situação de vulnerabilidade	Pessoas com deficiência	Família (oriunda de instituições sociais)	Infanto-Juvenil	Terceira idade	Institucional	Empresas	Turistas	VIPs	Imprensa	Escolas de Futebol	Total mensal
Abril	22	146	106	875	0	0	53	58	0	0	0	1260
Maio	85	27	130	960	0	13	0	57	0	0	45	1317
Junho	0	107	94	816	9	14	92	0	0	0	121	1253
Total realizado	107	280	330	2651	9	27	145	115	0	0	166	3830
Resultado Realizado	3.830											
Resultado mínimo previsto	3.100											
ICM (trimestre)	124%											

Comentários

Neste segundo trimestre, o público infanto-juvenil continua a representar o perfil mais significativo de público oriundo de instituições sociais e ONGs. Do ponto de vista da natureza das instituições, as instituições sociais e ONGs representam, juntas, 18% do atendimento do Educativo neste período, sendo a terceira maior fatia de público que realizam visitas educativas no museu. A parceria com a Secretaria Municipal de Assistência e Desenvolvimento Social aumentou consideravelmente o envio de grupos em relação ao período anterior, momento aquele de troca de gestão e de incertezas no cenário de destinação das verbas. Para o segundo semestre espera-se uma redução significativa desta parceria, como já sinalizado por seus responsáveis. Por outro lado, o número de escolas de esportes caiu em relação ao trimestre anterior.



Ação: Realizar pesquisa de perfil e satisfação do público escolar e apresentar relatório das pesquisas realizadas, conforme orientação da SEC

Meta 45 - Indicativo de Produto: Número de relatórios entregues

Meta 46 - Indicativo de Resultados: Índice de satisfação (> ou = 80%)

Detalhamento das metas 45 e 46

PESQUISA DE SATISFAÇÃO DE PÚBLICO ESCOLAR RELATÓRIO ANALÍTICO

A PESQUISA

Seguindo as orientações do Ofício Circular UPPM nº 115/2017, realizamos o total de 41 avaliações de Estudantes do 6º ao 9º ano e 69 avaliações de Professores/Responsáveis como amostras colhidas para a pesquisa de público escolar. Os questionários foram preenchidos após a realização das visitas com grupos de escolas estaduais, municipais e particulares de 16 de maio a 13 de junho de 2017.

OBJETIVO DA PESQUISA

Conhecer o perfil e o nível de satisfação do público escolar da rede de museus da Secretaria da Cultura, a partir de um modelo de pesquisa e metodologia comum.

1. PESQUISA VOLTADA AOS PROFESSORES

1.1 METODOLOGIA

Para maio, calculamos 1/3 da meta trimestral de estudantes do período, qual seja, 5.500 alunos. A terça parte deste valor, para efeito do cálculo amostral representa 1.833 alunos. Para o número de responsáveis, consideramos a terça parte da meta dividida por 20, uma vez que temos um responsável para cada grupo de 20 alunos para responder a pesquisa. Assim, para efeito do cálculo amostral, consideramos o número de 69 avaliações com professores / responsáveis, utilizando-se a porcentagem de 5% para erro amostral e 90% para nível de confiança, tendo sido realizadas todas as 69.

1.2 UNIVERSO DA AMOSTRA

A pesquisa foi realizada no período de 16 de maio a 13 de junho de 2017 para que a quantidade estabelecida como amostragem fosse atingida.

1.3 TABULAÇÃO DOS RESULTADOS

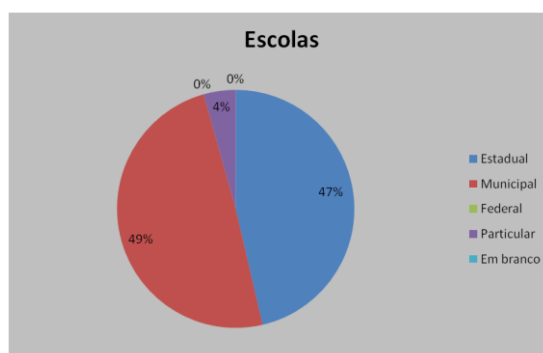
A tabulação dos dados foi realizada pelo supervisor de equipe Daniel Magnanelli. Não houve grandes questões quanto ao processo de tabulação.

1.4 ANÁLISE DOS DADOS - PERFIL DOS RESPONDENTES

1.4.1 Rede de ensino

As redes de ensino predominantes foram a estadual e a municipal que, somadas, totalizaram 95,7% das avaliações preenchidas.

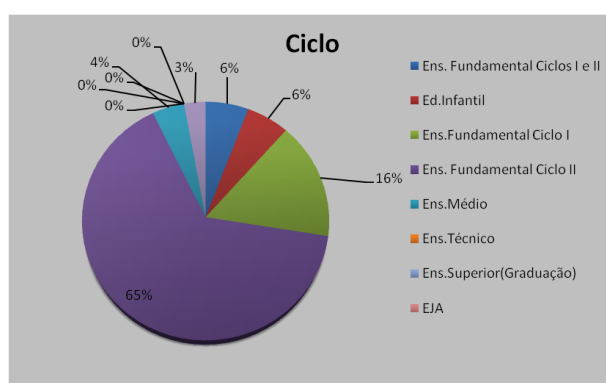
Acredita-se que, no caso das escolas municipais, esta incidência seja fruto da parceria com o Programa de Visitas Monitoradas da Secretaria Municipal de Educação e, para o caso das escolas estaduais, parte disso ocorre como continuidade da parceria firmada nos anos anteriores com a FDE - Fundação para o Desenvolvimento da Educação do Governo do Estado de São Paulo pelo Programa Cultura é Currículo.



1.4.2 Ciclo de ensino

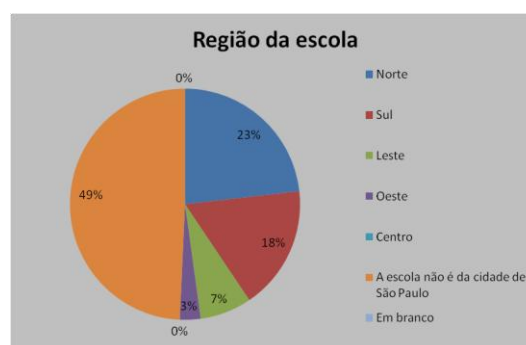
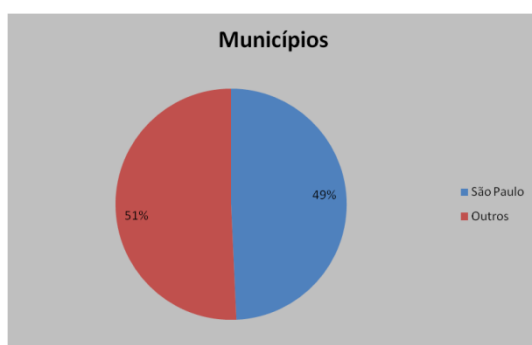
O Ensino Fundamental Ciclo II apresentou a maior porcentagem da pesquisa, totalizando 65%.

Analizando as possibilidades de uma maior incidência do Fundamental Ciclo II, consideramos o perfil dos grupos agendados durante o período e a disponibilidade dos responsáveis para o preenchimento de duas avaliações, uma vez que optamos por entregar a avaliação proposta pela SEC e a avaliação desenvolvida pelo Educativo.



1.4.3 Localização da escola

Não houve predominância na pesquisa, visto que 49% das escolas eram do município de São Paulo e 51% originárias de outras cidades paulistas. Considerando apenas o território municipal, percebeu-se a ausência de escolas do Centro e uma maior incidência de grupos da região Norte e Sul que, somadas, totalizaram 80% das avaliações preenchidas.



1.4.4 Região administrativa da escola

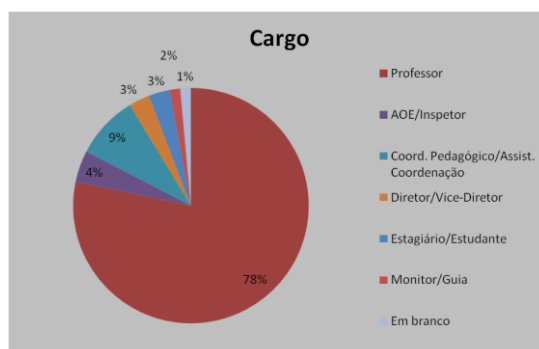
Não foi identificada, na avaliação, dados que possibilitassem uma análise sobre a região administrativa da escola que fosse diferente dos dados apresentados no subitem anterior referente à localização da escola.

1.4.5 Cargo ocupado pelo acompanhante responsável

Os acompanhantes dos grupos eram professores em sua maioria (78%). Durante o processo de análise dos dados, não foi percebida nenhuma incidência em um ciclo específico que fosse considerado relevante para ser relatado.

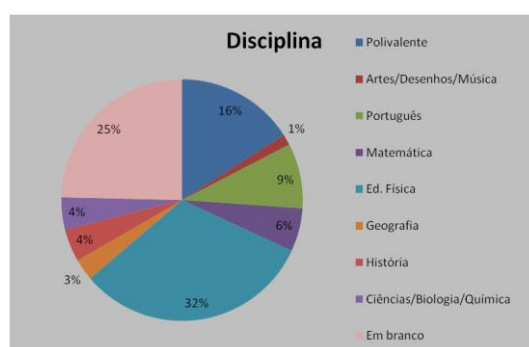
O fato de serem professores faz com que as relações interdisciplinares propostas pelos educadores do museu sejam melhor apreendidas do que alguém que ocupa um cargo administrativo. Isso pode ser percebido pelos resultados apresentados no item 1.5.

Se comparado aos dados apresentados no semestre passado, quando tivemos 85% das avaliações preenchidas por professores, notamos uma maior incidência de AOE/inspetores e de estagiários/estudantes substituindo a presença de professores com os grupos escolares. Tal ocorrência se dá, geralmente, em grupos escolares que visitam o museu com número superior a 40 alunos e, desta maneira, fica inviável a ausência de mais professores na escola.



1.4.6 Disciplina lecionada

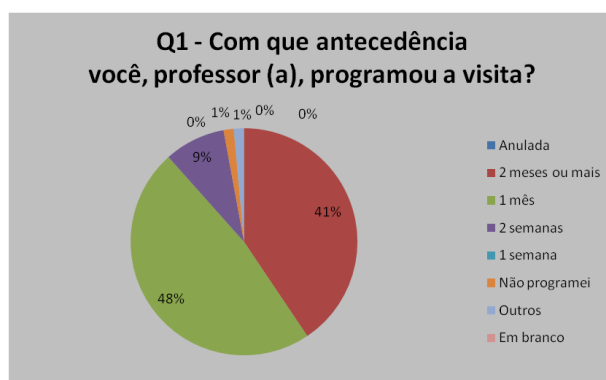
A maioria dos professores (32%) leciona Educação Física, fato comum ao se considerar a temática do esporte no museu. Salvo os professores polivalentes (16%), o restante das disciplinas aparece de forma bastante heterogênea. O item 1.4.5 influencia nos resultados da disciplina que lecionada pelo alto índice de respostas em branco (25%), visto que 22% dos responsáveis acompanhantes não são professores. Comparando os dados tabulados neste semestre com os dados do semestre passado, não houve mudanças significativas com relação às disciplinas lecionadas.



1.5. SOBRE A VISITA

1.5.1 Antecedência da visita

Os responsáveis dos grupos prepararam-se, em sua maioria (48%), com 1 mês de antecedência; em sequência, 2 meses ou mais (41%). Assim como no semestre anterior, a porcentagem distribuída entre a preparação da visita com 1 mês e 2 meses ou mais manteve-se praticamente iguais. Após análise dos dados, acreditamos que a antecedência da visita não gera tanto impacto ao que foi e/ou será abordado em sala de aula, assim como fora apontado no semestre anterior.

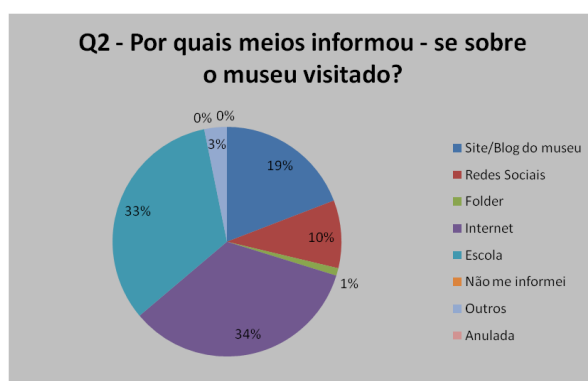


1.5.2 Canais de informação sobre o museu visitado

Os principais de comunicação apontados pelos professores foram Internet (35%) e a própria escola (33%). Para o item “Outros”, foram apontados o organizador de eventos, a indicação de terceiros e pela professora já ter frequentado o museu.

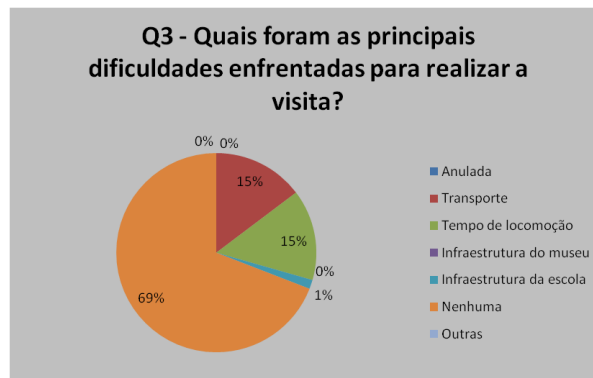
Considerando os dados do semestre passado para uma breve comparação, é possível identificar um crescimento de pessoas que utilizaram o site do museu para ter maiores informações (de 12% para 15% neste semestre) e das redes sociais (de 4% no semestre anterior para 10%).

Se associarmos os dados obtidos na pesquisa sobre a antecedência da visita aos canais de comunicação, podemos considerar que o novo site do museu trouxe maior facilidade e visibilidades das informações necessárias para despertar o interesse e o planejamento da visita ao museu por parte das instituições de ensino.



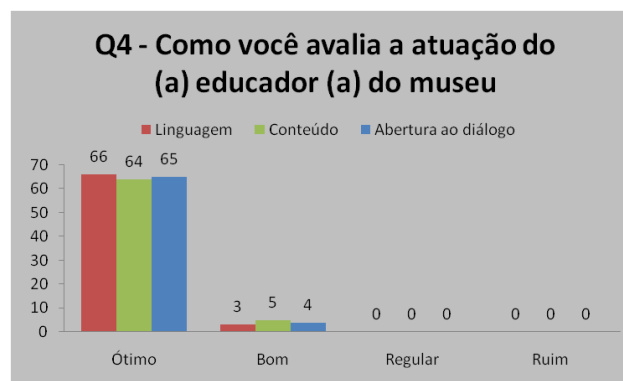
1.5.3 Dificuldades enfrentadas para realização da visita

Para a maioria dos responsáveis (69%) não houve dificuldade para a realização da visita. Em seguida, transporte e tempo de locomoção, ambas com 15%, foram os motivos mais recorrentes de dificuldades. Não houve apontamentos no item “outros”. Comparado ao semestre anterior, houve um aumento na quantidade de instituições que não tiveram problemas enfrentados para que houvesse a realização da visita. A porcentagem de “nenhuma” subiu de 61% para 69%.



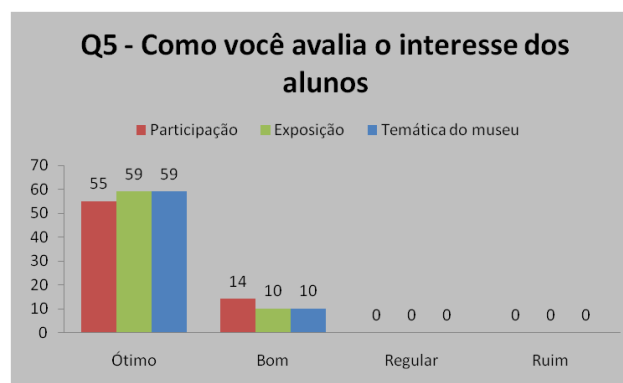
1.5.4 Avaliação da atuação do educador do museu

O item que recebeu o maior número de indicações pelos professores foi "ótimo", concluindo-se que o trabalho dos educadores segue plenamente satisfatório, quando comparado ao semestre anterior. Tal satisfação do público reflete o profissionalismo da equipe, processo de formação contínuo dos educadores - que possuem horário de pesquisa diário -, reuniões frequentes com coordenação e supervisão do núcleo, realização de avaliações qualitativas sistemáticas das visitas educativas e a preocupação com o outro no processo de mediação.



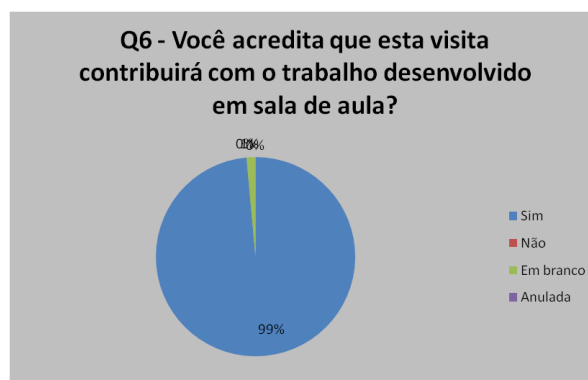
1.5.5 Avaliação do interesse do aluno em relação à visita

Realizando uma breve descrição do gráfico, para as respostas de "ótimo", tivemos 55 marcações em "participação", 59 em "exposição" e 59 em "temática do museu". Para as respostas de "bom", tivemos 14 marcações em "participação"; 10 em "exposição" e 10 em "temática do museu", refletindo o interesse heterogêneo e bastante equilibrado dos alunos. Não houve mudanças significativas dos resultados do semestre passado para esse semestre.



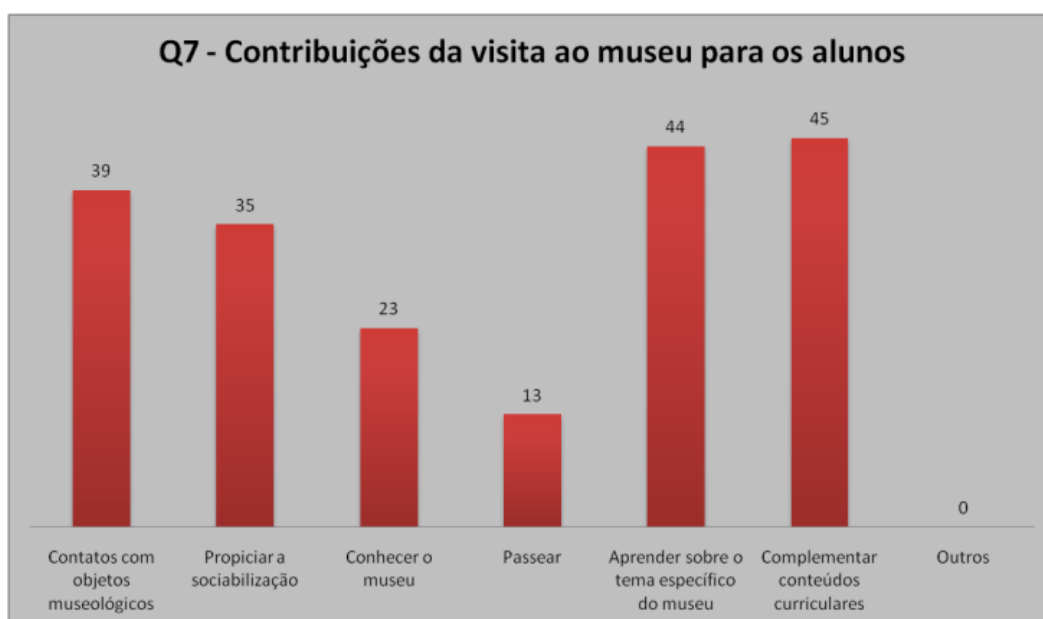
1.5.6 Contribuição da visita com o trabalho desenvolvido em sala de aula

O item que teve maior porcentagem foi "sim" (99%), considerando que apenas 1 pessoa não respondeu, sendo computado como "Em branco". Não houve mudanças significativas dos resultados do semestre passado para esse semestre.



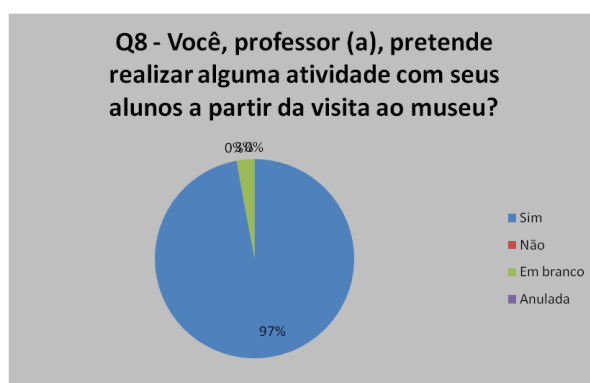
1.5.7 Contribuição da visita ao museu para os alunos

Os itens que tiveram maior relevância foram “complementar conteúdos curriculares” (45) e “aprender sobre o tema específico do museu” (44), seguidos pelo “contato com objetos museológicos” (39). Comparado ao semestre anterior, houve inversão na ordem dos itens de maior relevância, visto que “aprender sobre o tema específico do museu” (49) teve maior incidência que “complementar conteúdos curriculares” (44).



1.5.8 Realização de atividade com os alunos a partir da visita

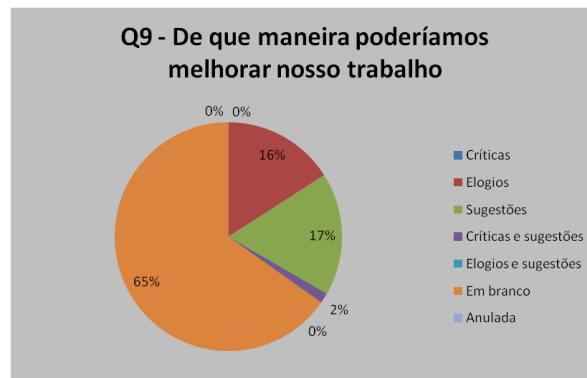
O item que teve maior porcentagem foi “sim” (97%), considerando que apenas 2 pessoas não responderam, sendo computados como “Em branco”. Os tipos de atividades que os professores apontaram na pesquisa foram diversos, incluindo-se debates, rodas de conversa, redação, relatos e relatórios, organização de murais, seminário entre outros.



1.5.9 Sugestões e críticas para a melhoria do trabalho educativo no museu

Apenas 35% das avaliações tiveram esta questão respondida, sendo 16% elogios, 17% sugestões e 2% críticas. Dentre os principais elogios estão a contemplação das expectativas dos alunos percebida pelo responsável e o trabalho do educador. Para críticas ou sugestões apareceram o tempo de visita e a ausência de visita ao gramado do Estádio do Pacaembu.

Houve um grande número de respostas em branco (65%). Podemos atribuir isto ao fato de que a avaliação é entregue ao final da visita e o responsável necessita preencher também o formulário de avaliação do próprio museu. Nesse sentido, é complexo avaliar a dedicação necessária considerando a logística do tempo da visita juntamente com o horário do ônibus e o interesse do responsável em contribuir com duas avaliações.



2. PESQUISA VOLTADA AOS ESTUDANTES

2.1 METODOLOGIA

Para maio, calculamos $\frac{1}{3}$ da meta trimestral de estudantes do período, qual seja, 5.500 alunos. A terça parte deste valor, para efeito do cálculo amostral representa 1.833 alunos. Para o número de responsáveis, consideramos a terça parte da meta dividida por 20, uma vez que temos um responsável para cada grupo de 20 alunos para responder a pesquisa.

Para a pesquisa de alunos do ciclo Fundamental II, conforme orientação da UPPM por e-mail, o cálculo amostral foi feito com base na porcentagem de estudantes do ciclo Fundamental II que visitaram o museu no ano de 2016. Assim, para efeito do cálculo amostral, consideramos o número de 40 avaliações com alunos, utilizando-se a porcentagem de 5% para erro amostral e 90% para nível de confiança, tendo sido realizadas 41 avaliações.

Referente à questão 4 - "O que aprendeu ou descobriu na visita", notando a ausência do uso de verbos em 70% das respostas dos alunos, utilizamos como metodologia o uso do verbo "aprender" nas avaliações sem a presença de verbo, uma vez que o mesmo se faz presente na pergunta e caracteriza uma continuação do que fora questionado.

2.2 UNIVERSO DA AMOSTRA

A pesquisa foi realizada no período de 16 de maio a 13 de junho de 2017 para que a quantidade estabelecida como amostragem fosse atingida.

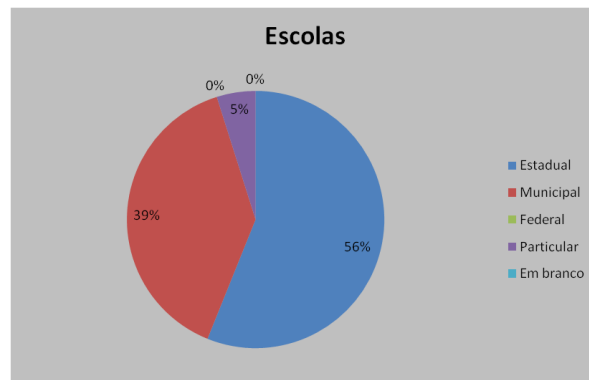
2.3 TABULAÇÃO DOS RESULTADOS

A tabulação dos dados foi realizada pelo supervisor de equipe Daniel Magnanelli com auxílio do assistente administrativo Rafael Degl'Iesposti. Não houve grandes questões quanto ao processo de tabulação. O processo foi facilitado devido a ajustes recentes realizados pela equipe do Museu da Língua Portuguesa. No entanto, a planilha ainda pode ser tornar mais fácil de ser preenchida.

2.4 PERFIL DOS RESPONDENTES

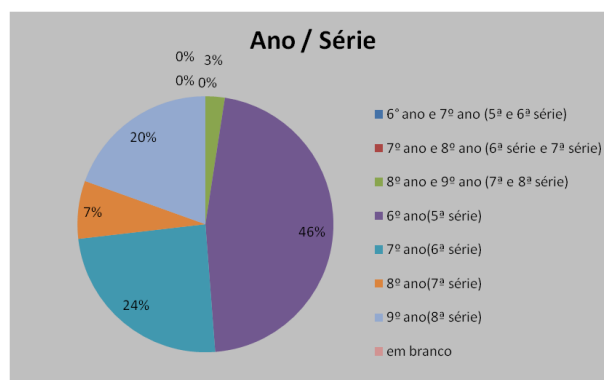
2.4.1 Rede de ensino

As redes de ensino predominantes foi a do estado de São Paulo(56%). Acredita-se que parte desta incidência seja fruto da parceria firmada nos anos anteriores com a FDE - Fundação para o Desenvolvimento da Educação do Governo do Estado de São Paulo pelo Programa Cultura é Currículo.



2.4.2 Ciclo de ensino

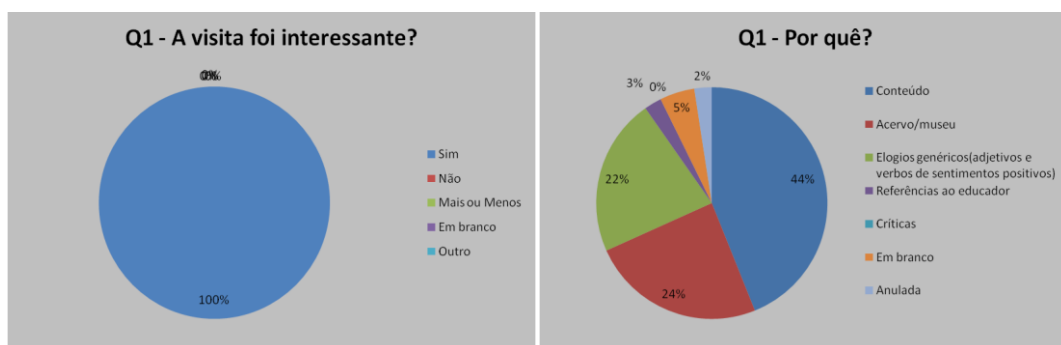
A escolha do Ciclo II ocorreu a partir de um mapeamento realizado em relação aos ciclos escolares atendidos com maior frequência entre os museus da SEC.



2.5 SOBRE A VISITA

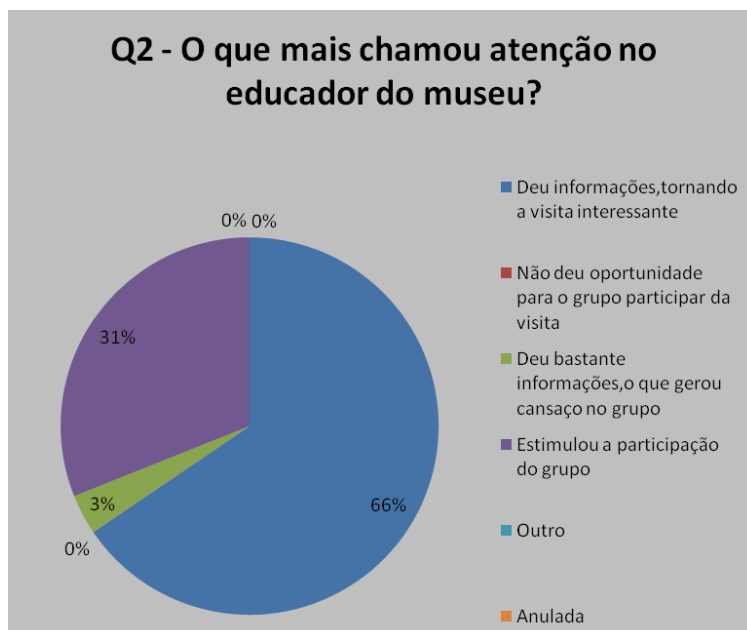
2.5.1 A visita foi interessante

100% dos alunos consideraram a visita interessante. Os motivos mais citados foram "conteúdo" (44%) e acervo (24%).



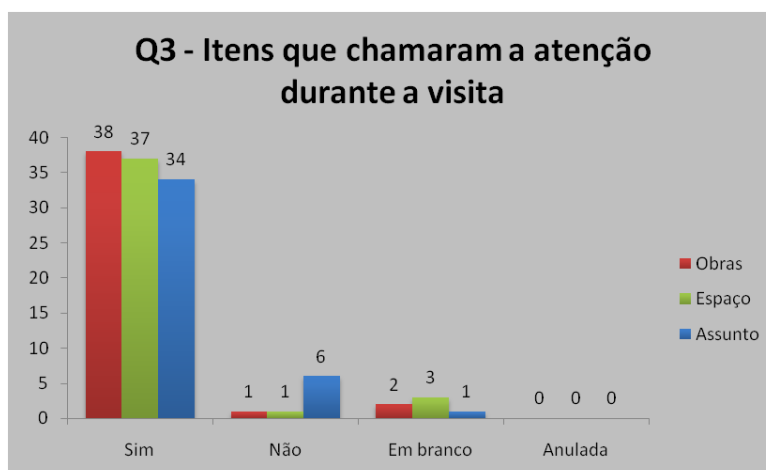
2.5.2 Avaliação da atuação do educador do museu

Os itens que receberam maior número de indicações pelos estudantes foram “deu informações” (66%) e “estimulou a participação do grupo (31%)”. A partir desses dados, é possível avaliar que o trabalho dos educadores foi considerado satisfatório. Não houve mudanças significativas dos resultados do semestre passado para esse semestre.



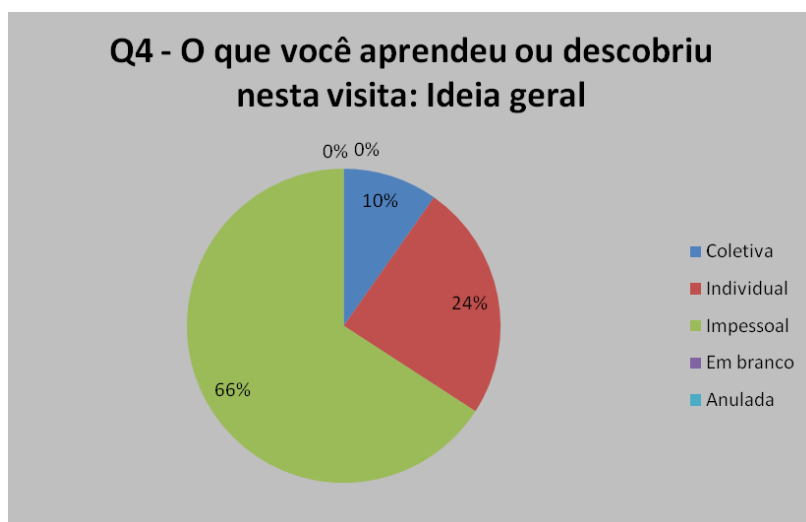
2.5.3 Avaliação do interesse em relação à visita

Referente ao interesse em relação à visita, os itens avaliados de maneira positiva foi equilibrado com a seguinte ordem: “obras” (38), “espaço” (37) e o “assunto” (34). O item que recebeu maior avaliação negativa - apenas 6 - foi “assunto”. Não houve mudanças significativas dos resultados do semestre passado para esse semestre.



2.5.4 O que aprendeu ou descobriu na visita

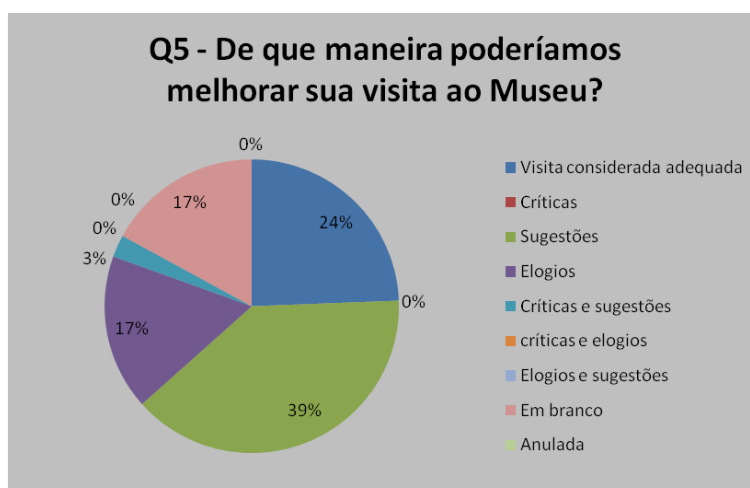
A ideia geral predominante é impessoal (66%). O verbo mais utilizado pelos estudantes foi "aprender". As temáticas mais citadas foram "história do futebol" e "o negro no futebol". Não houve mudanças significativas dos resultados do semestre passado para esse semestre.



2.5.5 Sugestões e críticas para a melhoria da visita educativa ao museu

De modo geral, os estudantes apontaram sugestões (39%). No mais, 24% consideraram a visita adequada, 17% realizaram elogios e 3% foram compreendidas como críticas / sugestões. Tivemos 17% das respostas em branco, mas não foi possível identificar o motivo de tal incidência.

Dos principais apontamentos, podemos citar os elogios sobre a visita, o acervo e o trabalho do educador e para as críticas e sugestões, foram apontados maior tempo de visita e entrada no estádio.



3. CONSIDERAÇÕES FINAIS: PROFESSORES E ESTUDANTES

O nível de satisfação dos professores foi de 99,13%, considerando a média ponderada das questões 4 e 6. Analisando os dados após a pesquisa realizada com os professores ficou destacado que todos os professores avaliaram atuação dos educadores do museu com relação à adaptação de linguagem, abordagem do conteúdo e abertura para o diálogo dos alunos como ótimo ou bom.

O nível de satisfação dos alunos foi de 98,29%. Importante salientar que 100% consideraram a visita interessante e na questão 2, 66% das respostas apontaram que o educador deu informações, tornando a visita interessante.

Se comparado ao semestre anterior, o nível de satisfação dos professores subiu de 97,08% para 99,13% e, no caso dos alunos, de 93,18% para 98,29%. Quando cruzamos os resultados avaliados como ótimo na questão 4 “Como você avalia a atuação do educador do museu” da avaliação dos responsáveis com a questão 1 “A visita foi interessante?” da avaliação dos alunos, concluímos que a linguagem, conteúdo e abertura ao diálogo tornaram a visita interessante para o grupo.

Como sugestão para a questão número 4 “O que você aprendeu ou descobriu nesta visita” do questionário de alunos, uma maneira representar graficamente as temáticas apontadas. Como exemplo, realizamos uma nuvem de palavras (**Anexo III**) para representar os dados colhidos.

De modo geral, a pesquisa foi bem recebida pelos professores e estudantes ainda que, para os responsáveis, houve a necessidade do preenchimento desta avaliação e da avaliação realizada pelo museu.

ANEXO I



MUSEU DO FUTEBOL

PESQUISA PROFESSORES



GOVERNO DO ESTADO
SÃO PAULO
Secretaria da Cultura

Com que antecedência você, professor(a), programou a visita?

☐ 2 meses ou mais ☐ 1 Mês ☐ 2 semanas ☐ 1 semana ☐ Não Programei ☐ Outro: _____

Por quais meios informou-se sobre o museu visitado?

☐ Site/Blog do museu ☐ Redes Sociais ☐ Folder ☐ Internet ☐ Escola ☐ Não me informei
☐ Outros. Quais? _____

Quais foram as principais dificuldades enfrentadas para realizar a visita?

☐ Transporte ☐ Tempo de Locomoção ☐ Infraestrutura do Museu ☐ Infraestrutura da escola
☐ Nenhuma ☐ Outras. Quais? _____

Comentários: _____

Como você avalia a atuação do(a) educador(a) do museu em relação à:

	Ótimo	Bom	Regular	Ruim
Linguagem adequada a faixa etária:	☐	☐	☐	☐
Abordagem do conteúdo:	☐	☐	☐	☐
Abertura ao diálogo e participação:	☐	☐	☐	☐

Como você avalia o interesse dos alunos em relação à:

	Ótimo	Bom	Regular	Ruim
Participação na visita:	☐	☐	☐	☐
Exposição visitada	☐	☐	☐	☐
Temática do museu (ex: arte, história, ciências, etc):	☐	☐	☐	☐

Você acredita que esta visita contribuirá com o trabalho desenvolvido em sala de aula?

☐ Sim ☐ Não. Por quê? _____

Em caso afirmativo, assinale até 3 contribuições da visita ao museu para seus alunos:

☐ Contato com objetos museológicos ☐ Aprender sobre o tema específico do museu ☐ Passar
☐ Propiciar a socialização ☐ Complementar conteúdos curriculares ☐ Conhecer o museu
☐ Outros: _____

Você, professor(a), pretende realizar alguma atividade com seus alunos a partir da visita ao museu?

☐ Sim. Qual? _____
☐ Não. Por qual razão? _____

De que maneira poderíamos melhorar nosso trabalho? Dê sua sugestão:

Nome da Escola: _____

Município: _____ Estado: _____

Região da cidade de São Paulo em que se localiza a escola:

☐ Norte ☐ Sul ☐ Leste ☐ Oeste ☐ Centro ☐ A escola não é da cidade de São Paulo

Cargo ocupado na escola: _____ Caso seja professor, qual disciplina leciona: _____

E-mail do professor (opcional): _____

Data: ____/____/____ Horário: _____ Educador do Museu: _____

Ciclo:

☐ Ed. Infantil ☐ Ens. Fundamental Ciclo I ☐ Ens. Fundamental Ciclo II ☐ Ens. Médio
☐ EJA ☐ Ens. Técnico ☐ Ens. Superior

nº

ANEXO II



Olá estudante!

Queremos ouvir a sua opinião para melhorar
o nosso trabalho.



Nome da Escola: _____

Ano Escolar/Série:

☐ 6º ano (5ª série)
 ☐ 7º ano (6ª série)
 ☐ 8º ano (7ª série)
 ☐ 9º ano (8ª série)

A visita foi interessante?

☐ SIM
 ☐ MAIS OU MENOS
 ☐ NÃO

Por quê? _____

Marque com um ☒ o que mais chamou sua atenção no educador do museu que fez a visita com seu grupo:
(marque no máximo 2 alternativas)

☐ Deu informações, tornando a visita interessante.
☐ Deu bastante informações, o que gerou cansaço no grupo.
☐ Não deu oportunidade para o grupo participar da visita.
☐ Outro. O que? _____
☐ Estimulou a participação do grupo.

Assinale SIM ou NÃO nos itens abaixo que chamaram sua atenção durante a visita ao Museu:



O assunto do museu
(Arte, Ciências, História, Literatura, etc.)

☐ SIM
 ☐ NÃO



As obras observadas durante a visita

☐ SIM
 ☐ NÃO



O espaço/prédio do Museu

☐ SIM
 ☐ NÃO

O que você aprendeu ou descobriu nesta visita?

De que maneira poderíamos melhorar sua visita ao Museu? Dê sua sugestão.

Educador do Museu: _____ Data: ____/____/____ nº _____

ANEXO III



Modelo desenvolvido com a ferramenta wordclouds.com

Ação: Desenvolver ações, projetos, programas para famílias

Meta 47 - Indicativo de Produto: Nº de ações desenvolvidas: visitas mediadas; visitas ao Estádio e oferecimento de jogos/ atividades/ dinâmicas ao público

Detalhamento da meta 47

Tabela 5. Resumo das Ações

RESUMO DAS AÇÕES 47-53 (2TRI)						
Tipos de atividades oferecidas às famílias	PRODUTOS			RESULTADOS		
	Previstas	Realizadas	ICM (trimestre)	Público mínimo previsto	Público atendido	ICM (trimestre)
Visitas ao Estádio do Pacaembu	20	25	125%	300 (15 pessoas por visita)	540	180%
Jogos, atividades e dinâmicas (área expositiva e/ou área externa)	25	40	160%	250 (10 pessoas por atividade)	1.317	527%
Visitas educativas às famílias – público espontâneo	24	55	229%	72 (3 pessoas por visita)	597	829%
Totais	69	120		622	2.454	



Meta 48 - Indicativo de Produto: Oferecer visitas conjugadas ao Estádio do Pacaembu: número de visitas oferecidas

Meta 49 - Indicativo de Resultado: Oferecer visitas conjugadas ao Estádio do Pacaembu: número de visitas oferecidas

Detalhamento das metas 48-49

Tabela 6. Relação das visitas ao estádio e número de participantes por mês

Tabela 6. Relação das visitas ao estádio e número de participantes			
Mês/Dia		Público atendido	Número de visitas realizadas
Abril	1	43	2
	7	33	1
	8	70	2
	15	50	2
	22	55	2
Maio	6	37	2
	13	71	3
	20	46	2
	27	40	3
Junho	3	12	2
	17	68	2
	24	15	2
Total do trimestre		540	25



Meta 50 – Indicativo de Produto: Oferecer atividades, dinâmicas e jogos para o público espontâneo: quantidade de atividades oferecidas

Meta 51 – Indicativo de Resultado: Oferecer atividades, dinâmicas e jogos para o público espontâneo: número mínimo de visitantes atendidos nas atividades oferecidas

Detalhamento das metas 50-51

Tabela 7. Resumo dos jogos, atividades e dinâmicas oferecidos

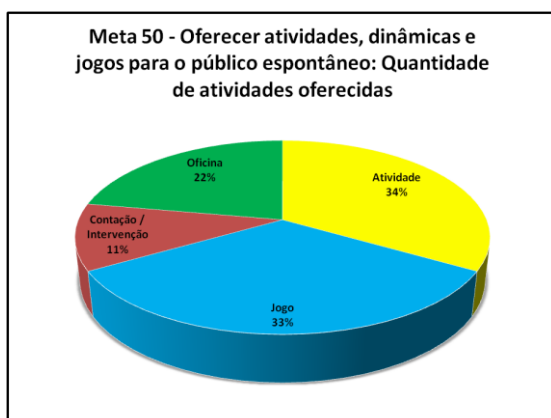
Data	Ação Educativa	Tipo de Ação	Data Comemorativa	Público
01/04/2017	Quiz Verdade ou Mentira - Mulheres	Atividade	Dia da Mentira	141
02/04/2017	Quiz Verdade ou Mentira - Mulheres	Atividade	Dia da Mentira	35
08/04/2017	Futebol Acessível	Jogo	\	82
09/04/2017	Jogo Respeita a Moça	Jogo	\	74
14/04/2017	Oficina de Dedoche	Oficina	\	43
14/04/2017	Oficina Faça sua Pipa	Oficina	\	15
15/04/2017	Contaço / Oficina de Cocar	Contaço/Intervenção	Dia do Índio	20
15/04/2017	Espaço Dente de Leite	Atividade	\	101
16/04/2017	Pebolim Humano	Jogo	\	10
16/04/2017	Espaço Dente de Leite	Atividade	\	77
21/04/2017	Futebocha	Jogo	\	47

21/04/2017	Oficina de Cartões Postais	Oficina	\	59
22/04/2017	Um conto por nossa conta	Contação/Intervenção	\	3
22/04/2017	Qual goleiro sou eu?	Jogo	Dia do Goleiro	26
23/04/2017	Goalball	Atividade	Dia do Goleiro	3
29/04/2017	Pakayemby	Atividade	Aniversário do Estádio do Pacaembu	26
30/04/2017	Mundo das Copas	Jogo	\	25
30/04/2017	Oficina Perceber a Cidade	Oficina	Aniversário do Estádio do Pacaembu	17
06/05/2017	Oficina Marca Páginas	Oficina	\	23
07/05/2017	Oficina Marca Páginas	Oficina	\	5
13/05/2017	Oficina Caderno Literário	Oficina	Dia das Mães	15
14/05/2017	Mulheres de Expressão	Atividade	Dia das Mães	11
20/05/2017	Respeita a Moça	Jogo	\	23
20/05/2017	Espaço Dente de Leite	Atividade	\	54
21/05/2017	Futevôlei	Jogo	\	8
21/05/2017	Espaço Dente de Leite	Atividade	\	45
27/05/2017	Um conto por nossa conta	Contação/Intervenção	\	25
28/05/2017	Gol de Letra	Atividade	\	10
03/06/2017	Futebocha	Jogo	\	27
04/06/2017	Caixa Preta	Atividade	\	39
10/06/2017	Oficina Abayomi	Oficina	\	9
11/06/2017	Memoriball	Jogo	\	13
15/06/2017	Pebolim Humano	Jogo	\	17

15/06/2017	Futebol de Botão	Jogo	\	22
17/06/2017	Tomba Lata	Jogo	\	32
17/06/2017	Espaço Dente de Leite	Atividade	\	53
18/06/2017	Escalação Animal	Jogo	\	6
18/06/2017	Espaço Dente de Leite	Atividade	\	17
24/06/2017	Quiz Olimpismo	Jogo	\	37
25/06/2017	Cosmópolis	Jogo	\	22

Total de ações realizadas: 40

Total de público atendido: 1.317



Meta 52 - Indicativo de Produto: Oferecer visitas mediadas para famílias aos finais de semana: número de visitas oferecidas

Meta 53 - Indicativo de Resultado: Oferecer visitas mediadas para famílias aos finais de semana: número mínimo de visitantes atendidos

Detalhamento das metas 52-53

Tabela 8. Relação das visitas educativas com público espontâneo			
Mês/Dia		Público atendido	Número de visitas realizadas
Abril 233 pessoas; 18 visitas em 09 dias	2	11	2
	9	14	2
	13	2	1
	14	44	2
	16	10	2
	21	50	2
	23	25	2
	29	45	3
	30	32	2
Maio 199 pessoas; 19 visitas em 13 dias	2	3	1
	3	2	1
	4	8	2
	7	9	2
	11	3	1
	12	5	1
	13	28	1
	14	7	1
	20	4	1
	21	25	3
	24	52	2
	25	40	1
	28	13	2
Junho 165 pessoas; 18 visitas em 09 dias	4	8	2
	10	12	2
	11	9	2
	15	43	5
	16	33	3
	18	33	2
	24	23	1
	25	4	1
Total do trimestre		597	55

5. PROGRAMA DE INTEGRAÇÃO AO SISEM

No segundo trimestre de 2017, em razão da abertura do PROAC Editais, o Museu do Futebol e o Museu de Esportes de São José dos Campos acordaram entre si a participação no Edital 18/2017, voltado à Difusão de Acervos.

O objetivo do projeto é a elaboração de projeto cenográfico e de comunicação visual para a nova exposição de longa duração do Museu de Esportes, uma vez que o espaço ganhou, em junho de 2017, uma nova sede no Estádio Municipal. A iniciativa de envolver o Museu do Futebol veio do contato entre as instituições devido à Rede Memória e Esporte. As regras para a inscrição no edital, contudo, previa que a mesma ocorresse apenas por pessoas físicas, não podendo ser nenhum dos colaboradores que já atuam nos museus. Ambos os museus, assim, procederam o contato com um profissional interessado na inscrição do projeto, conforme as regras do edital. O profissional envolvido foi Fernando José Arouca, arquiteto, que trabalhou em projetos de exposições com o Museu do Futebol, especialmente na exposição itinerante "Museu do Futebol na Área".

Foi a primeira vez que dois museus da Rede temática se envolveram na inscrição de um projeto em edital. O papel do Museu do Futebol será o de apoiar na curadoria da nova exposição, promovendo oficinas de curadoria coletiva e o intercâmbio de acervos a serem exibidos na nova mostra. O projeto é uma meta prevista para o terceiro trimestre e que foi antecipada devido ao prazo do PROAC Editais.

Fruto da articulação do SISEM, a mostra itinerante "Visibilidade para o Futebol Feminino", composta por oito painéis e um vídeo, foi exibida na cidade de Sorocaba, no período 19 de maio a 02 de julho, no Museu Histórico Sorocabano e recebeu 17.098 visitantes. A mostra é uma iniciativa do Museu do Futebol e recebe apoio local para transporte e montagem. A mostra foi desenhada de modo a não demandar recursos incentivados para a sua realização e foi inscrita no banco de exposições do SISEM no ano de 2016. O relatório completo das duas montagens está apresentado no item do SISEM em Rotinas.

AÇÕES A SEREM REALIZADAS		METAS DE PRODUTO E RESULTADOS A SEREM ALCANÇADAS			
		Indicativo de Produtos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
54	Realizar Ações com a Rede Memória e Esporte – Elaborar projeto conjunto para difusão/preservação de acervos	Projeto elaborado e submetido em edital	1º tri		-
			2º tri		1
			3º tri	1	-
			4º tri	-	-
			META ANUAL	1	1
			ICM%	100%	100%

55	Elaborar mapeamento de ações potenciais para integração do SISEM-SP dentre as ações planejadas em diversas áreas técnicas da OS	Indicativo de Produtos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Mapeamento elaborado e entregue	1º tri	1	1
			2º tri	-	
			3º tri	-	
			4º tri	-	
			META ANUAL	1	1
			ICM%	100%	100%

Ação Realizar Ações com a Rede Memória e Esporte – Elaborar projeto conjunto para difusão/preservação de acervos
Detalhamento da Meta 54: Projeto elaborado e submetido em edital

JUSTIFICATIVA DA ANTECIPAÇÃO DA REALIZAÇÃO DA META

A meta foi antecipada do 3º para o 2º trimestre em razão do prazo do edital de Difusão de Acervos, do Proac, que se encerrou em 28 de junho de 2017. A antecipação não ocasionou ônus ao Museu do Futebol.

Protocolo de comprovante da inscrição do projeto:



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
Unidade de Fomento à Cultura

PROJETO
Protocolo: 20170627843365

Nome: Renovação da exposição de longa duração do Museu de Esportes de São José dos Campos - SP

Data recebimento: 28/06/2017 15:19:00

Edital: 18/2017 - DIFUSÃO DE ACERVOS MUSEOLÓGICOS

PROPONENTE
Nome: Fernando José Arouca

CPF: 083.398.658-97

PROJETO SUBMETIDO

EDITAL Nº 18/2017
DO PROGRAMA DE AÇÃO CULTURAL
CONCURSO DE APOIO A PROJETOS DE DIFUSÃO DE ACERVOS
MUSEOLÓGICOS NO ESTADO DE SÃO PAULO

DIFUSÃO DE ACERVOS MUSEOLÓGICOS

Renovação da exposição de longa duração do Museu de Esportes de São José dos Campos – SP



Esse projeto é fruto da articulação da Rede de Memória do Esporte

Renovação de exposição de longa duração
São José dos Campos - SP

Identificação do Projeto

Título: Renovação da Exposição de Longa Duração do Museu de Esportes da cidade de São José dos Campos

Edital nº 18/2017 - Programa de Ação Cultural —Concurso de Apoio a Projetos de Difusão de Acervos Museológicos no Estado de São Paulo.

Proponente: Fernando José Arouca

Email: arqfer@uol.com.br

Local de realização

O projeto será realizado integralmente no município de São José dos Campos, onde se localiza a sede do Museu de Esportes.

Resumo do projeto

O projeto, fruto da articulação da Rede de Memória do Esporte, visa a elaboração de projetos técnicos e curatorial para a renovação da exposição de longa duração "São José de todos os Esportes" do Museu de Esportes, localizado na cidade de São José dos Campos (SP). Inaugurado em 30 de julho de 1999, o museu pertence à Secretaria de Esporte e Qualidade Vida do município (Lei Municipal nº 5445/99, de 9/08/1999) e dedica-se a comunicar e preservar a memória dos esportes e esportistas do município. Após ocupar duas sedes diferentes (primeiro na Av. Olivo Gomes, nº 381, no bairro de Santana, e desde 2002 no prédio da antiga Câmara Municipal, região central da cidade), o museu ganhou, em junho de 2017, um novo espaço, de 333 metros quadrados, no Estádio Martins Pereira, Rua Ana Gonçalves da Cunha, nº 340, no bairro Jardim Jussara. Torna-se essencial para a mudança de sede, que se pretende definitiva, a reestruturação de sua exposição de longa duração, visando, com isso, consolidar e fidelizar o público visitante e os programas do Museu, ampliando o acesso ao acervo, promovendo novas investigações sobre as coleções e alçando esse importante museu sobre esportes no interior de São Paulo em referência regional.

1. PROPONENTE

Fernando José Arouca é arquiteto formado pela FAU/UNISANTOS em 1985, especializado em projetos de exposições e museus. Atua junto a projetos de exposições com o Museu do Futebol, com destaque para a exposição itinerante "Museu do Futebol Na Área", conhecendo, portanto, a temática e necessidades de exposições com o tema dos esportes.

Premiações:

- ✓ 2º lugar no Concurso Público para o Paço Municipal de Itanhaém, 1985
- ✓ Premiação anual do IAB/SP com projeto exposição itinerante: Mémoire em
- ✓ Multimídia do Senac de SP - 1998
- ✓ Participação no concurso para Biblioteca Pública do Rio de Janeiro - 1985
- ✓ Participação no concurso para Paço Municipal de Osasco - 1989
- ✓ Memória em Multimídia do Senac de São Paulo / 1998 - Prêmio do Instituto de Arquitetos do Brasil / depto. SP.
- ✓ SP3D - A Cidade em Três Dimensões / 2004 - projeto selecionado na categoria ambientação para 7ª Bienal de Design Gráfico.
- ✓ LINGUAVIAGEM - em Português todos se encontram, recebeu o Prêmio IEA/Brasil 2011 na categoria Ambientes.
- ✓ Olhar com Outro Olhar - recebeu o Prêmio IDEIA/Brasil 2012 na categoria Ambientes.

Trabalhos mais recentes em exposições, em que atuou na concepção cenográfica, coordenação geral, adaptações de cenografia/expografia e desenhos técnicos.

- ✓ Impressionismo – Paris e a Modernidade / 2012 e 2013 (responsável pela coordenação geral da execução e adaptações da expografia), para a Expomus, no CCBB São Paulo e Rio de Janeiro.
- ✓ Reedição Fauna Brasileira: Beleza e Conservação / 2013 (assinou a expografia e a coordenação geral da montagem e desmontagem) – exposição itinerante realizada por Lei Estadual de Incentivo à Cultura - Programa de Ação Cultural (PROAC), do Governo do Estado de São Paulo, em Taubaté e Suzano.
- ✓ Arte na Rede – exposição Itinerante / 2013 (projetou o sistema expositivo, a expografia, e a comunicação visual e coordenei a montagem), para a Elo3 Integração Empresarial, em 6 cidades do Estado de São Paulo.
- ✓ Arte/Água: essenciais para a vida – exposição itinerante / 2013 (projetou o sistema expositivo), para a Elo3 Integração Empresarial, em 12 cidades.
- ✓ Revelando a Praça/2013 (responsável pelo gerenciamento e coordenação de montagem), exposição realizada através da Lei Estadual de Incentivo à Cultura - Programa de Ação Cultural (PROAC), do Governo do Estado de São Paulo, no Bosque Municipal de Cruzeiro.
- ✓ Estação da Língua – Museu da Língua Portuguesa – exposição itinerante em execução/ 2013 e 2014 (responsável pelo projeto curatorial e expográfico e coordenador da itinerância), projeto incentivado pela lei Rouanet e com curadoria e parceria do Museu da Língua Portuguesa, em 7 cidades (Santos, Registro, Sorocaba, Campinas, Ribeirão Preto, São José do Rio Preto e São Bernardo do Campo).
- ✓ Museu do Futebol na Área – exposição itinerante em execução/2015 - 2016 (responsável pelo projeto expográfico e coordenador da itinerância), projeto incentivado pela lei Rouanet e com curadoria e parceria do Museu do Futebol, em 5 cidades (Taubaté, Piracicaba, Santos, Sorocaba e Ribeirão Preto).
- ✓ Arte do Ofício – exposição temporária/2016 (responsável pelo projeto expográfico e coordenação da montagem), exposição sobre o desenvolvimento dos materiais, ferramentas e energias – com área de 2.000m², patrocinado pela CNI e apresentado nas Olimpíadas do Conhecimento com curadoria de Julio Heilbron e Claudio M. Castro, em Brasília.
- ✓ Espaço Sensorial Saint-Gobain – Projeto/2016 Abrangendo apresentação da empresa, dos produtos e de experiências sensoriais – acústicas,

sonoras e térmicas, englobando área de acesso, pilotis e grande salão de recepção com área de aproximadamente 400m² - responsável pela projeto expográfico e coordenador das participações das 10 empresas do grupo Saint-Gobain e dos projetos complementares), no Centro de pesquisa e desenvolvimento Saint-Gobain em Capivari – São Paulo.

1.1 FICHA TÉCNICA DO PROJETO

O projeto será composto por equipe multidisciplinar e interinstitucional, cujo núcleo principal compõem-se de 08 profissionais, abaixo especificados:

✓ **Equipe profissional de 03 pessoas, contratadas com recursos do Edital**

Descrição dos nomes, cargos e atribuições no projeto

Fernando José Arouca – Função: proponente, atuará na coordenação geral do projeto, prestação de contas, gestão das equipes e projetos técnicos previstos nos Objetivos (item 3.2 a seguir).

Maira Key Takiy - Função: Assistente de Projetos Técnicos

Currículo: Maira Key Takiy é Arquiteta formada pela Universidade Presbiteriana do Mackenzie, com formação complementar em diversos programas de desenho técnico, curso de Administração de obras para Arquitetos e Gerenciamento de Escritórios pela Faculdade de Belas Artes. Atua em desenvolvimento de projetos culturais em diversos segmentos desde desenvolvimento cenográfico de teatro, até parcerias de serviços prestados em diversas unidades do SESC onde desenvolveu desde unidades provisórias (SESC Campo Limpo) até desenvolvimento de sinalização do Festival Ibero-Americano de artes cênicas de Santos (MIRADA). Junto de Fernando José Arouca, participou de projetos de exposições no Museu do Futebol e no Museu da Língua Portuguesa, especialmente, nas exposições itinerantes dos respectivos museus.

Luciana Mattar – Função: Designer

Currículo: Luciana Mattar é designer formada pela FAU/USP, com passagem pela Faculdade de Belas Artes do Porto (Portugal). Sua produção atravessa as esferas da arte, da arquitetura e do design. Atuou no projeto de sinalização para o Estádio do Palmeiras, o Allianz Parque; e assinou a expografia das mostras "Bixiga em Artes e Ofícios", exibida no ano de 2012 no Centro de Preservação Cultural da USP, e "O mundo ao redor", sediada na Biblioteca Brasileira Guita e José Mindlin em 2016.

✓ **integrantes do Museu do Futebol, que atuarão sem remuneração.**

Descrição dos nomes, cargos e atribuições no projeto

Equipe do Museu do Futebol (São Paulo – SP)

Daniela do Amaral Alfonsi - Função: Coordenação museológica relacionada aos produtos previstos no item 3.1 desse projeto, exercendo, dentre outros, a coordenação de reuniões e oficinas dos grupos de trabalho que atuarão na conceituação da nova exposição de longa duração do Museu de Esportes.

Currículo: Daniela Alfonsi é antropóloga, doutoranda pela Universidade de São Paulo com pesquisa dedicada à musealização do esporte no Brasil. Atua como Diretora Técnica do Museu do Futebol (São Paulo) desde 2014, exercendo anteriormente, de 2008 a 2013, o cargo de Coordenadora de Documentação, Pesquisa e Exposições da mesma instituição, no qual destaca-se o projeto de implantação do Centro de Referência do Futebol Brasileiro (CRFB) e a coordenação de doze exposições temporárias realizadas no Museu.

Camila Aderaldo – Função: Integrante da equipe curatorial e especialista em gestão de acervos (dará apoio à seleção dos acervos para a exposição e suas condições de exibição e conservação).

Currículo: Camila Aderaldo é historiadora formada pela Universidade de São Paulo e desde 2011 atua na área de Documentação e Pesquisa do Museu do Futebol (São Paulo), sendo a atual coordenadora do Núcleo do Centro de Referência do Futebol Brasileiro. Destaca-se sua atuação com a gestão de acervos digitais, abarcando desde o processamento técnico, gerenciamento da base de dados e de direitos autorais. Participou de cursos na área de museologia, conservação de acervos fotográficos e documentação de acervos de museus. Desde 2016, compõe o Conselho Administrativo da organização social de cultura IDBrasil Cultura, Esporte e Educação.

2. APRESENTAÇÃO DO MUSEU DE ESPORTES DE SÃO JOSÉ DOS CAMPOS

O Museu de Esportes de São José dos Campos, instituído pela Lei Municipal nº 5445/99, de 9/08/1999, é uma entidade subordinada à Secretaria de Esporte e Qualidade de Vida da Prefeitura Municipal. Atualmente, seu funcionamento ocorre de 2ª à 6ª feira, das 08 às 12h e das 13h30 às 17 horas. A entrada ao Museu é gratuita.

Ao longo de sua trajetória, já recebeu mais de 100 mil visitantes, sendo que um terço foi proveniente de escolas de ensino fundamental, médio e superior. Possui serviço de agendamento para grupos realizarem a visita com educadores do Museu. Sua missão passa por implantar as condições necessárias para o desenvolvimento e execução de programas, projetos, pesquisas e estudos, buscando a preservação da memória esportiva da cidade e a implantação das chamadas políticas museológicas. São também objetivos do Museu de Esporte manter, recuperar, restaurar e ampliar seu acervo, arrecadar recursos para o Museu mediante patrocínios e receber doações de bens para a ampliação do seu patrimônio.

Seu acervo é composto por mais de 16.500 itens, dentre fotografias, arquivos audiovisuais (filmes, áudios), objetos (troféus, medalhas, bolas, uniformes), livros e documentos (cartazes, posters, diplomas, álbuns, etc). Formado inicialmente pela doação do acervo esportivo reunido durante 30 anos pelo esportista joseense José Antônio Walter Friggi (Zezinho Friggi), o conjunto foi incorporando, ao longo da trajetória do Museu, doação de cidadãos e esportistas do município. O acervo encontra-se bem documentado e acessível à consulta por meio do site do Museu museudeesportes.sjc.sp.gov.br/acervo_eventos.asp.

O site (museudeesportes.sjc.sp.gov.br) registrou mais de 1.340.000 de acessos, desde 2008, demonstrando o potencial de interesse sobre a história dos esportes, atletas e campeonatos da cidade de São José dos Campos. São parte das atividades realizadas por esse Museu, até a elaboração desse projeto, o oferecimento de exposições (de longa duração, temporárias e itinerantes), palestras dirigidas com esportivas e jornalistas da área, oficinas educativas para famílias e crianças, oficinas técnicas a profissionais de museus, dentre outros. O Museu de Esportes tem destaque dentro das instituições que abordam o tema, especialmente pelo engajamento que o museu conquistou junto ao público de São José dos Campos. Muitos ex-atletas, por exemplo, procuram o museu para doarem materiais ou registrarem seus testemunhos e histórias de vida. A nova exposição de longa duração poderá permitir que tal engajamento não se perca e promova novos relacionamentos com os potenciais públicos do Museu.

Por fim, cumpre destacar que, desde 2011, o Museu de Esportes integra a Rede de Memória do Esporte (<http://rededememoriadoesporte.blogspot.com.br/>), que reúne museus, memoriais, centros de memória e profissionais interessados na preservação do esporte. A Rede vem atuando em conjunto para o fortalecimento de ações em prol da memória esportiva e da difusão dos acervos. Como exemplo, cita-se o Guia on line para visitação dos museus da temática, no

qual o Museu de Esportes foi um dos responsáveis pela criação e edição eletrônica: <http://online.fliphtml5.com/kush/otob/>

Esse projeto é fruto direto da articulação amadurecida dentro da Rede, no qual estão diretamente relacionados o Museu de Esportes e o Museu do Futebol, na capital do Estado.

2.1 A mudança de sede

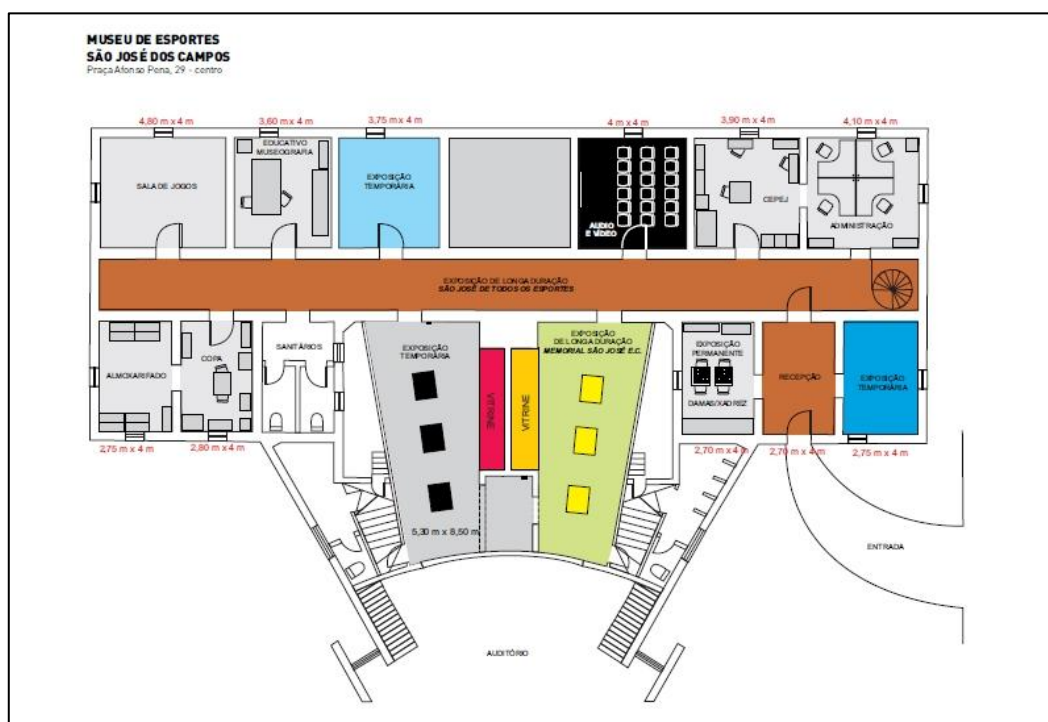
O Museu de Esportes foi alocado inicialmente em 1999, no bairro de Santana, região norte do município. Em dezembro de 2002, foi transferido para o edifício da antiga Câmara Municipal, à praça Afonso Pena, 29, na região central, facilitando o acesso daqueles que gostariam de conhecer o acervo e suas novas instalações. Em junho de 2017, a Prefeitura decidiu levar o Museu a uma nova sede, o Estádio Martins Pereira, em área de 333 metros quadrados, no segundo pavimento do edifício integrado ao Estádio que também já abriga o Centro de Medidas e Avaliação Física da Secretaria de Esporte e Qualidade Vida. A nova sede terá um espaço um pouco maior que a atual, que é de aproximadamente 270 metros quadrados. Contudo, por suas características (é um prédio anexo ao Estádio), necessita de um projeto de ocupação que seja adequado às funções do museu, ao acolhimento do público visitante e ao acervo.

2.2 As exposições e o acervo na sede atual

Pelas características do prédio da antiga Câmara Municipal, as áreas expositivas atuais do Museu de Esportes são bastante compartimentadas, divididas em seis espaços com metragem média de 12 metros quadrados cada. São nesses espaços que se apresentam as duas exposições permanentes (ou de longa duração) do Museu, intituladas “São José de todos os esportes” e “Memorial São José E.C”, e as exposições temporárias. Abaixo, seguem fotos das exposições atuais e seus espaços de acomodação:



A sede atual também contempla: almoxarifado, área administrativa, recepção, copa, sanitários, sala de audiovisual (para consultas ao acervo audiovisual do Museu), sala de pesquisa ao acervo. Abaixo, o croqui da atual sede.



2.3 Necessidades de infraestrutura na nova sede

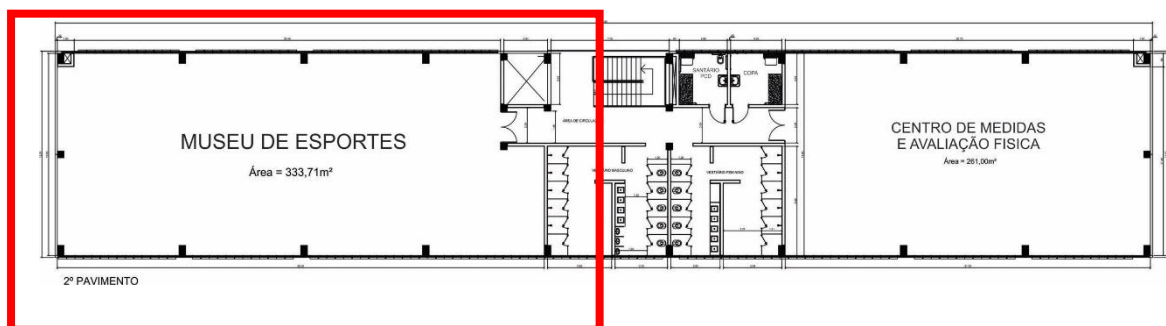
A transferência do Museu para a nova sede é desejável, não apenas por ficar dentro de um espaço esportivo, como o Estádio Municipal, mas por permitir uma nova configuração das áreas necessárias ao pleno funcionamento do Museu de Esportes, especialmente áreas que permitam valorizar o acervo a partir de uma nova exposição de longa duração. Como

é possível ver pelo croqui e fotos exibidas acima, uma das exposições permanentes atuais fica no corredor de acesso às demais salas, uma área não adequada à essa finalidade.

De modo inicial, a nova sede necessita contemplar minimamente, em seu projeto de ocupação:

- ✓ área para acomodação das atividades internas do Museu, como os setores educativo, museografia e administrativo;
- ✓ área para pequeno depósito de materiais¹;
- ✓ área multiuso para atividades diversas oferecidas ao público, como palestras, oficinas, atividades educativas, acolhimento de grupos, exibição de filmes, dentre outros;
- ✓ área para uma nova exposição de longa duração e exposições temporárias.

Abaixo, apresentamos a planta da nova sede e fotos da área. A área enquadrada em vermelho corresponde ao setor destinado ao Museu de Esportes.



Vista da área interna. As janelas dão vista para o campo e arquibancadas, elemento que pode ser explorado na comunicação da nova exposição.

¹ O Acervo encontra-se acomodado em reserva técnica com aproximadamente 82m², localizada fora dessa nova sede, no Parque da Cidade.



Vista da fachada do prédio que abrigará o Museu de Esportes. Há o potencial de explorar uma sinalização adequada na área externa, visando atrair o público visitante.

3. OBJETIVOS DO PROJETO

O objetivo geral é propiciar, com os recursos do Edital, a formação e contratação de equipe especializada para criação de projeto conceitual e curatorial, de expografia, iluminação e comunicação visual da nova exposição de longa duração do Museu de Esportes de São José dos Campos.

São produtos desse projeto:

3.1 Projetos conceituais e museológicos

- 3.1.1) Conceito curatorial da nova exposição de longa duração, construído de modo participativo com a equipe atual do Museu e outros atores a combinar com essa equipe;
- 3.1.2) Seleção dos acervos (objetos, documentos e fotografias) que comporão a nova exposição;
- 3.1.3) Textos expositivos completos e revisados;
- 3.1.4) Projeto educativo para a nova exposição (roteiros de visitas, atividades para público espontâneo e agendado).

3.2 Projetos técnicos (arquitetura e design)

- 3.2.1) projeto básico de ocupação do espaço que será a nova sede do Museu, apresentando a divisão do mesmo entre áreas que acomodarão os setores da instituição mencionadas no item 2.3 cima;
- 3.2.2) projeto cenográfico detalhado da exposição de longa duração, delineando os diferentes módulos e fluxo de visitação;
- 3.2.3) projeto executivo de suportes, vitrines e mobiliários que contemplados no projeto cenográfico, com detalhamento técnico, incluindo materiais, acabamentos e, se necessário, modo de montagem;
- 3.2.4) Layout de iluminação da exposição de longa duração, com a respectiva indicação de tipos de luminárias, lâmpadas e demais materiais necessários à implantação;

3.2.5) projeto de comunicação visual da exposição, incluindo a diagramação dos painéis, textos, legendas e indicação de sinalização nas áreas internas e externas do edifício;

3.2.6) Lista com orientações para projetos complementares necessários à plena acomodação do Museu de Esporte, tais como projeto de climatização, reserva técnica, segurança, combate a incêndio, dentre outros;

3.2.7) levantamento orçamentário básico do custo de implantação da nova exposição, para servir de referência para o Museu de Esportes.

4. JUSTIFICATIVA

Os museus são instituições em constante transformação que requerem, de tempos em tempos, alterações em suas exposições, revisões de suas políticas e adequações de seus espaços. Essas alterações têm de levar em conta os públicos, seu local de implantação e a comunidade do entorno e, principalmente, o acervo e sua potencialidade de comunicação. Mudanças de sede podem ser momentos propícios para realização dessa renovação institucional e, para que o processo de mudança traga benefícios à instituição, é necessário planejamento, equipes e projetos técnicos adequados.

A mudança de sede não exige somente o transporte de materiais e a remontagem de estruturas do antigo espaço. É preciso planejar a ocupação da nova área, atender às diferentes necessidades e atividades institucionais, pensar no acesso público, na efetiva comunicação e sinalização do novo ambiente e, principalmente, na garantia de que o acervo estará resguardado. É uma tarefa com tantas complexidades quanto a implantação de um novo museu. Assim, esse projeto se justifica, em primeiro lugar, pela necessidade que o Museu de Esportes tem de contratação de equipes especializadas no planejamento e desenho de seu novo espaço.

O organograma do Museu de Esportes (apresentado abaixo), não contempla em suas funções uma equipe especializada nesse tipo de projeto, ainda que parte de sua equipe funcional tenha buscado a formação em cursos na área de design e expografia. Contudo, o quadro previsto de 12 pessoas foi reduzido, em razão de contextos de contenção e redução orçamentária, para 05 colaboradores (03 efetivos e 02 estagiários): 01 coordenador, 01 assistente administrativo (estagiário); 01 porteiro; 01 para "Design e Mídias" (com formação em Design e cursos técnicos em museus) e 01 assessor de imprensa (estagiário).

PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO JOSÉ DOS CAMPOS
SECRETARIA DE ESPORTES E LAZER

**MUSEU DE ESPORTES
ESQUEMA DE ORGANIZAÇÃO**



Diante da urgência imposta pela mudança de sede, a equipe do Museu de Esportes procurou a equipe do Museu do Futebol, instituição da Secretaria de Cultura do Governo de São Paulo, localizada no Estádio do Pacaembu, na capital, que é uma das referências nacionais de museus sobre a temática. A articulação entre as duas instituições é fruto do histórico de atuação de ambas junto à Rede de Memória do Esporte. Nos cenários de contenção e redução orçamentária, especialmente na área da cultura, é essencial que saibamos propor ações em rede, que visem o compartilhamento de saberes e a troca de experiências. Esse é o intuito desse projeto: colaborar na nova fase do Museu de Esportes, por meio do desenho curatorial e da criação de projetos técnicos de expografia e comunicação visual necessários ao bom planejamento e implantação de uma exposição, no caso proposto, uma exposição de longa duração. Por meio da articulação entre os dois museus, chegou-se ao nome de Fernando José Arouca, arquiteto e proponente desse Projeto. A parceria vem, principalmente, do histórico de ações que o Proponente realizou junto da equipe do Museu do Futebol, sendo um profissional qualificado e de confiança das instituições parceiras.

A equipe prevista para atuação no projeto aqui apresentado visa colaborar e somar expertises com a já existente equipe do Museu, composta por 05, bem como com outros profissionais atuantes na Prefeitura de São José dos Campos. Pela complexidade do desafio de mudar a sede do atual Museu, o projeto ora apresentado visa delinear apenas uma parte, fundamental na vida de uma instituição museológica: a renovação de sua exposição de longa duração (ou exposição permanente). Sabemos que a mudança de sede do Museu de Esportes envolverá muitas atribuições, para além de uma nova exposição. Mas, privilegiamos, por meio desse Edital,

aquilo que poderia ser custeado com seus recursos. Deixar ao Museu de Esportes um projeto sólido de cenografia e comunicação visual garantirá a boa implantação da exposição, cujos custos de execução serão arcados a posteriori pela Prefeitura de São José dos Campos.

Exposições são o principal produto de extroversão dos acervos de museus, construído a partir de equipes multidisciplinares e com diferentes competências. Curadores e especialistas no tema, redatores, arquitetos, designers, pesquisadores, educadores, são apenas alguns dos tipos profissionais envolvidos. É normal na prática museológica que as equipes atuantes nos Museus necessitem da contratação de especialistas quando planejam novas exposições. Mesmo instituições de grande porte, como por exemplo, o Museu do Futebol localizado no Estádio do Pacaembu em São Paulo, contratam profissionais especializados a cada novo projeto, garantindo a execução adequada dos seus objetivos e propiciando a formação de suas equipes internas.

Assim, para o Museu de Esportes de São José dos Campos, a possibilidade de formação de uma equipe especializada para a renovação de sua exposição será um fato inédito, capaz de alçar esse já bem avaliado e atuante museu, a outro nível de reconhecimento na área. Para isso, contar-se-á com a parceria estratégica com o Museu do Futebol, supracitado, instituição da Secretaria de Estado da Cultura existente desde 2008, que é sucesso de mídia e de público, especialmente por sua impactante exposição de longa duração, que utiliza-se de recursos audiovisuais, interativos e permite que o futebol seja acessível a diferentes públicos, com atenção, inclusive, aos que não são fãs do esporte.

O papel do Museu do Futebol nesse projeto ocorrerá por intermédio de sua Diretora Técnica, Daniela Alfonsi e equipe, participarão sem custos à proposta, uma vez que esse tipo de colaboração está dentro dos objetivos de atuação do Museu do Futebol, junto de sua atuação no SISEM – Sistema Estadual do Museu de São Paulo. A colaboração entre instituições de memória do esporte também é uma das funções da Rede de Memória do Esporte, criada em 2013, incentivada pelo SISEM e da qual participam, desde a origem, o Museu do Futebol e o Museu de Esportes de São José dos Campos.

O papel proposto ao Museu do Futebol no projeto é o de acompanhar e coordenar as ações museológicas que envolvem a conceituação e curadoria da nova exposição, colaborando com os subsídios necessários aos projetos técnicos de arquitetura e design previstos nessa proposta. Essa colaboração levará em conta todo o conjunto de ações já desenvolvidas pelo Museu de Esportes e estará em constante diálogo com os profissionais desse museu. Espera-se que a expertise do Museu do Futebol na condução de projetos curatoriais com a temática esportiva contribua não apenas na renovação da exposição, como na formação dos profissionais atuantes no

Museu de Esportes para a condução de processos de curadoria coletiva. Tais processos poderão ser replicados no futuro para a criação de mostras temporárias e itinerantes, bem como outras atividades do Museu.

Seguindo com Bruno (2008)², o processo de curadoria em museus é a somatória de distintas operações que entrelaçam intenções, reflexões e ações. Um processo de curadoria, conforme argumenta a autora, evidencia os compromissos dos envolvidos em: identificar possibilidades de interpretação dos acervos e coleções; decodificar necessidades das sociedades em relação à função contemporânea dos processos curatoriais; conhecer o espaço expositivo, o acervo e suas potencialidades; definir objetivos do discurso expositivo; respeitar processos de conservação e documentação de acervos, bem como atentar para necessidades educativas e de adaptações a diferentes linguagens. Cada vez menos um processo curatorial é algo isolado na instituição, ou restrito ao conhecimento de um único profissional especialista. Os museus vêm dando exemplos de como processos mais coletivos e compartilhados repercutem não apenas em novas possibilidades interpretativas, mas na ampliação do conhecimento e de engajamento de públicos. O caso do projeto “Visibilidade para o Futebol Feminino”, realizado pelo Museu do Futebol no ano de 2015 e que promoveu uma alteração na exposição de longa duração desse museu a partir da introdução da trajetória das mulheres no futebol é um tipo de experiência de curadoria coletiva e compartilhada que poderá inspirar a renovação da exposição permanente do Museu de Esportes de São José dos Campos³. Pretende-se levar, por meio de oficinas dirigidas pela equipe do Museu do Futebol, a experiência de construção de curadoria de uma nova exposição, de sua conceituação até a elaboração dos projetos cenográfico, de comunicação visual e iluminação, sem deixar de elaborar, nesse processo, os discursos expositivos, roteiros, fluxos de circulação, seleção de imagens e peças do acervo.

Assim, a proposta aqui apresentada, que prevê a elaboração de projetos conceituais e técnicos essenciais para o desenvolvimento de uma exposição, pretende deixar como legado mais do que as propostas em si, que serão executadas com recursos da Prefeitura de São José dos Campos. Pretende-se aproveitar a oportunidade e formar as equipes, estudar novas possibilidades de interpretação dos acervos e propiciar que boas experiências museológicas de museus da capital paulista – como o Museu

² BRUNO, Maria Cristina Oliveira. Definição de Curadoria – os caminhos do enquadramento, tratamento e extroversão da herança patrimonial. In: CADERNOS DE DIRETRIZES MUSEOLÓGICAS 2: mediação em museus: curadorias, exposições, ação educativa. (Letícia Julião, coord.; José Bittencourt, org.). Belo Horizonte: Secretaria de Estado de Cultura de Minas Gerais, Superintendência de Museus, 2008. p.14-23.

³ Para mais informações sobre esse processo de curadoria, consultar: <https://claudiaporto.wordpress.com/2015/09/16/entrevista-com-daniela-alfonsi-museu-do-futebol/>

do Futebol – sejam replicadas em instituições localizadas no interior, como o Museu de Esportes de São José dos Campos.

No que se refere aos projetos de mobiliário e suportes expositivos, a premissa é de um desenho acessível a diferentes públicos, que siga as normas ABNT e recomendações de acessibilidade, que use materiais duráveis e resistentes e que seja de possível execução dentro das condições de gestão do Museu de Esportes. Pode ser um tipo de desenho de suporte modulável, que permita atualizações sem ônus futuros ao Museu, isto é, uma expografia mais sustentável e de longa duração. A comunicação visual deverá ser atraente e inovadora, que atraia novos públicos ao Museu.

Por fim, cabe destacar que o novo local que abrigará o Museu de Esportes é o Estádio Martins Pereira. Construído pelo Esporte Clube São José e inaugurado em 15 de março de 1970, em 1975 o estádio foi adquirido pela URBAM (Urbanizadora Municipal) que desde então administra e realiza a sua manutenção. Reinaugurado em julho de 2014 com novas instalações de banheiros, lanchonetes, cabines de transmissão para imprensa entre outras.

Esse novo espaço, uma praça esportiva por excelência, trará novas possibilidades de atuação do Museu de Esportes, como por exemplo, ações extra-muros, visitas ao campo e a exploração de outras áreas do complexo. Assim, é de fundamental importância que a nova exposição de longa duração do Museu de Esportes seja elaborada a partir de um projeto sólido, coerente, dialogado com a comunidade e capaz de, a partir dele, gerar novas possibilidades museológicas na nova fase dessa instituição.

5. AÇÕES DO PROJETO

5.1 Coordenação do processo de curadoria coletiva para a nova exposição de longa duração

Ações previstas:

- a) 02 reuniões preparatórias com equipe do Museu de Esportes, para apresentação das equipes, alinhamento das estratégias e cronograma.
- b) 05 Oficinas de Curadoria Coletiva com equipe do Museu de Esportes e convidados para:
 - estudo da trajetória do Museu de Esportes, seus públicos e exposições já apresentadas;
 - levantamento de expectativas para a nova exposição;
 - estudo do acervo e suas potencialidades;
 - construção da narrativa principal da nova exposição;
 - apresentação e discussão do projeto cenográfico básico.

Metodologia: a metodologia das oficinas priorizará a construção coletiva de ideias, com grupos de trabalho que atuarão com atividades fora dos horários previstos para os encontros, isto é, os momentos de reunião servirão para alinhamentos e definições, com base em materiais pesquisados e previamente levantados pelos convidados. Será oferecido material teórico sobre museus e exposições, como apoio, e contaremos com o prévio levantamento dos assuntos e potencialidades do acervo. Passaremos por tópicos importantes de serem considerados em exposições, tais como: acessibilidade comunicacional e física; formas de interpretação dos acervos; formas de engajamento de públicos; objetivos institucionais do Museu para a nova exposição.

Público-alvo: profissionais do Museu e da Prefeitura de São José dos Campos; representantes da comunidade local, a ser definido pelo Museu de Esportes (por exemplo: especialistas no esporte local, doadores de acervos, atletas, dentre outros).

Capacidade: até 30 pessoas, entre equipe do projeto e convidados.

Acesso: os encontros serão filmados para registro, memória do Museu e consulta pública.

Responsáveis pela oficina: Equipe do Museu do Futebol e equipe técnica do projeto.

Produtos esperados:

1. Texto conceitual da curadoria da nova exposição, com sua divisão em módulos;
2. Lista dos acervos que a comporão, com respectivos textos e legendas;
3. Projeto educativo para a nova exposição (roteiros de visitas, atividades para público espontâneo e agendado)
4. Relatório final com a sistematização das oficinas.

5.2 Elaboração de projetos técnicos, de arquitetura e design

Ações previstas

- a) Visitas ao local, para levantamento de informações técnicas;
- b) Contratação de equipes;
- c) Acompanhamento do projeto conceitual para criação do projeto cenográfico;
- d) Criação dos projetos elencados no item objetivos – item b).

6. PÚBLICO-ALVO

Público direto envolvido nas ações previstas: profissionais do Museu de Esportes e da Secretaria de Esporte e Qualidade Vida da Prefeitura de São José dos Campos; comunidade local (representantes escolhidos pelo Museu de Esportes).

Público-alvo final, da exposição de longa duração (a ser beneficiado quando implantada): visitantes do Museu, moradores da cidade de São José dos Campos e região.

7. PLANO DE DIVULGAÇÃO

O Plano de Divulgação do projeto prevê a divulgação de todas as etapas, por meio de:

- ✓ - notícias nos canais de divulgação do Museu de Esportes (site institucional e redes sociais – criação de página oficial no Facebook);
- ✓ - releases para divulgação à imprensa, mediante assessoria da Prefeitura de São José dos Campos e da assessoria de comunicação da Secretaria de Cultura do Governo do Estado;
- ✓ - registro fotográfico das etapas e registro em vídeo das oficinas, com divulgação no site do Museu de Esportes.
- ✓ - notícias e divulgação nas mídias sociais (Facebook, Twitter e Instagram) do Museu do Futebol.
- ✓ - publicação do relatório final no site do Museu de Esportes.

8. CRONOGRAMA

AÇÃO	MÊS 1	MÊS 2	MÊS 3	MÊS 4	MÊS 5	MÊS 6
Projetos técnicos (arquitetura e design)						
Visitas ao local para levantamento de informações	x					
Elaboração de projeto básico de ocupação da área, com definição do local da nova exposição	x					
Elaboração de projeto preliminar de cenografia e comunicação visual da exposição de longa duração		x				
Elaboração de projeto executivo de suportes, vitrines e mobiliários que contemplados no projeto cenográfico, com detalhamento técnico, incluindo materiais, acabamentos e, se necessário, modo de montagem			x	x		
Layout de iluminação da exposição de longa duração, com a respectiva indicação de tipos de luminárias, lâmpadas e demais materiais necessários à implantação				x		
Elaboração de projeto de comunicação visual da exposição, incluindo a diagramação dos painéis, textos, legendas e indicação de sinalização nas áreas internas e externas do edifício				x		
Elaboração de lista com orientações para projetos complementares necessários à plena acomodação do Museu de Esporte, tais como projeto de climatização, reserva técnica, segurança, combate a incêndio, dentre outros					x	
Levantamento orçamentário básico do custo de implantação da nova exposição, para servir de referência para o Museu de Esportes.						x
PROJETOS CONCEITUAIS E MUSEOLÓGICOS						
02 Reuniões locais para alinhamento e levantamento de informações sobre o acervo e o Museu	x					
Preparação das oficinas para construção curatorial da nova exposição de longa duração (definição de nomes dos participantes, local, datas e horários, convite e logística).	x					
Realização das 05 oficinas, com os respectivos produtos: - Conceito curatorial da nova exposição de longa duração - Seleção dos acervos (objetos, documentos e fotografias) - Textos expositivos completos e revisados - Projeto educativo para a nova exposição (roteiros de visitas, atividades para público espontâneo e agendado).		x	x	x		
Apresentação do projeto preliminar de cenografia e comunicação às instâncias de participação – para validação			x			
PRESTAÇÃO DE CONTAS E CONTRAPARTIDAS						
Oferecimento de palestra gratuita e aberta ao público						x
Publicação de conteúdos das oficinas nos canais de divulgação					x	x
Elaboração de relatório final de prestação de						x

contas						
--------	--	--	--	--	--	--

9. ORÇAMENTO

Seguem custos conforme os objetivos descritos no item 3.1 e 3.2.

Etapa/ação/produtos	Custo
Projetos conceituais e museológicos Consistirá na apresentação de: Conceito curatorial da nova exposição de longa duração, Seleção dos acervos (objetos, documentos e fotografias); Textos expositivos completos e revisados; Projeto educativo para a nova exposição (roteiros de visitas, atividades para público espontâneo e agendado). (articulação da Rede de Memória do Esporte, entre equipes do Museu do Futebol e Museu de Esportes de São José dos Campos)	R\$ 0,00
Projetos Técnicos (Arquitetura e Design)	
9.1) projeto básico de ocupação do espaço que será a nova sede do Museu	R\$ 13.000,00
9.2) projeto cenográfico detalhado da exposição de longa duração, delineando os diferentes módulos e fluxo de visitação;	
9.3) projeto executivo de suportes, vitrines e mobiliários que contemplados no projeto cenográfico, com detalhamento técnico, incluindo materiais, acabamentos e, se necessário, modo de montagem	
9.4) Layout de iluminação da exposição de longa duração, com a respectiva indicação de tipos de luminárias, lâmpadas e demais materiais necessários à implantação	R\$ 3.000,00
9.5) projeto de comunicação visual da exposição, incluindo a diagramação dos painéis, textos, legendas e indicação de sinalização nas áreas internas e externas do edifício	R\$ 7.000,00
9.6) Lista com orientações para projetos complementares necessários à plena acomodação do Museu de Esporte, tais como projeto de climatização, reserva técnica, segurança, combate a incêndio, dentre outros;	R\$ 3.500,00
9.7) levantamento orçamentário básico do custo de implantação da nova exposição, para servir de referência para o Museu de Esportes.	
DESPESAS DIVERSAS	
Transporte e deslocamento das equipes de São Paulo (05 integrantes) para São José dos Campos (custo médio de passagem rodoviária – ida: R\$ 35,00). Cálculo de 10 diárias x ida e volta x 05 pessoas = 100 passagens	R\$ 3.500,00
TOTAL GERAL	R\$ 30.000,00

10. PARCERIAS

Parceria: Museu do Futebol (São Paulo – SP)

Atribuições: coordenação do projeto conceitual e de curadoria, conforme descrito no item 5.1. Apoio na divulgação do resultado, conforme Plano de Divulgação descrito no item 7.

Parceria: Prefeitura de São José dos Campos

Atribuições: execução do projeto cenográfico, de iluminação e de comunicação visual, com recursos próprios ou mediante novas parcerias, de modo a implantar a exposição e oferece-la ao público.

11. CONTRAPARTIDA

A contrapartida oferecida à toda a cidade de São José dos Campos e região será a realização de 1 palestra, aberta ao público e gratuita, com o tema: Concepção de Exposições, de 1h30 de duração e poderá apresentar como estudo de caso, a renovação da exposição do Museu de Esportes de São José dos Campos. O local, data e horário ficam a combinar com a equipe local e com a equipe da Secretaria de Cultura. Recomendamos que essa palestra ocorra como última etapa do projeto, sendo uma oportunidade de apresentação, a um público mais amplo, dos resultados finais dessa proposta.

Outra contrapartida é o acesso a todo o material produzido nas oficinas, como exemplo de práticas museológicas, no site do SISEM-SP e sites e canais institucionais do Museu de Esportes e da Rede de Memória do Esporte.

6. PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL

Ao longo do 2º trimestre de 2017, as redes sociais do Museu do Futebol foram alimentadas constantemente para divulgar os programas e ações desenvolvidas pela instituição. No final do período, constatou-se **4.147 novos seguidores nas redes sociais Facebook, Twitter, Instagram, Youtube e Spotify**, novo canal lançado em abril de 2017. O resultado alcançado no trimestre superou o período anterior em 40%, esforço do Museu em aprimorar o alcance de sua divulgação em diferentes mídias. Para reforçar a divulgação das atividades do Museu foram enviados **e-mails marketing** e **Newsletters mensais** para o mailing institucional.

Anúncios institucionais foram inseridos nos veículos Revista Piauí (edições de abril, maio e junho), site Torcedores.com (abril e maio) e Revista Táxi (edição de abril).

Obtiveram-se como resultado do relacionamento com a imprensa **439 inserções em veículos de comunicação**, com destaque para o 1º Encontro Nacional de Mulheres de Arquibancada integrante da programação cultural do Museu, amplamente repercutido na mídia.

No trimestre foi lançado novo site institucional e constatou-se o recebimento de **110.524 visitantes únicos** no período, superando assim a marca alcançada no último trimestre e a superação da meta estipulada de 16.000.

Como resultado dos esforços para a **realização de parcerias**, renovou-se os contratos com os veículos Revista Piauí e o jornal O Estado de S. Paulo por mais doze meses e efetivou-se acordo com a ESPN para a exibição da taça da Premier League no equipamento cultural, no período de 04 a 09/04. No período, a nova Instrução Normativa da Lei Rouanet foi estudada e o plano de cotas de patrocínio do Museu do Futebol reformulado para atender às novas regras.

AÇÕES A SEREM REALIZADAS		METAS DE PRODUTO E RESULTADOS A SEREM ALCANÇADAS							
No.	Ação	Indicativo de Produtos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada				
56	Desenvolver e implantar o Plano de Comunicação para articular e se comunicar com os diversos públicos da instituição, valorizar a marca e aumentar a visibilidade do museu	Nº de canais de comunicação implantados: 1 - website; redes sociais: 2 - Facebook, 3 - Instagram, 4 - Twitter e 5 - Youtube	1º tri	5	6				
			2º tri						
			3o tri						
			4o tri						
			META ANUAL	5	6				
			ICM%	100%	120%				
57		Indicativo de Produtos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada				
						Nº de parcerias/ projetos/programas implantados para os diversos segmentos de público do museu: Parcerias em veículos de comunicação	1º tri	No mínimo:1	1
							2º tri	No mínimo:1	2
							3o tri	No mínimo:1	
							4o tri	No mínimo:1	
							META ANUAL	No mínimo:4	3
ICM%	100%	75%							
58	Indicativo de Produtos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada					
					Número de novos conteúdos produzidos para os canais de comunicação	1º tri	3	3	
						2º tri	3	3	
						3o tri	3		
						4o tri	3		
						META ANUAL	12	6	
ICM%	100%	50%							
59	Indicativo de Produtos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada					
					Elaborar e implantar Plano de Comunicação exclusivo ao CRFB – 1 plano entregue	1º tri	-	-	
						2º tri	1	1	
						3o tri	-		
						4o tri	-		
						META ANUAL	1	1	
ICM%	100%	100%							
60	Previsão Trimestral								
	Indicativo de Resultados	Período	Meta Prevista	Meta Realizada					
					Nº mínimo de inserções na mídia	1º tri	No mínimo: 200	574	
	2º tri	No mínimo: 200	439						
	3o tri	No mínimo: 200							
	4o tri	No mínimo: 200							
	META ANUAL	No mínimo: 800	1013						
	ICM%	100%	100%						

61		Indicativo de Resultados	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Monitorar nº de visitantes virtuais no website	1º tri	No mínimo: 16.000	55.036
			2º tri	No mínimo: 16.000	110.524
			3º tri	No mínimo: 16.000	
			4º tri	No mínimo: 16.000	
			META ANUAL	No mínimo: 48.000	165.560
			ICM%	100%	100%
62		Indicativo de Resultados	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Número de novos seguidores em todas os canais das redes sociais (Facebook, Twitter, Instagram e Youtube)	1º tri	No mínimo: 10.000	2.452
			2º tri	No mínimo: 10.000	4.147
			3º tri	No mínimo: 10.000	
			4º tri	No mínimo: 10.000	
			META ANUAL	No mínimo: 40.000	6.599
			ICM%	100%	16%
63		Indicativo de Produtos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Relatório semestral de monitoramento do Plano de Patrocínios, parcerias e programa de doadores pessoas físicas	1º tri	-	-
			2º tri	1	1
			3º tri	-	
			4º tri	1	
			META ANUAL	2	1
			ICM%	100%	50%
64	Contribuir para o desenvolvimento e sustentabilidade da instituição por meio da busca ativa de novas parcerias e patrocínios (pessoas físicas e jurídicas)	Indicativo de Resultados	Previsão Trimestral		
		Indicativo de Resultados	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Ampliação das parcerias institucionais, patrocinadores e doadores pessoas físicas	1º tri	No. Mínimo: 1	4
			2º tri	No. Mínimo: 1	1
			3º tri	No. Mínimo: 1	
			4º tri	No. Mínimo: 1	
			META ANUAL	No. Mínimo: 4	5
			ICM%	100%	100%

65	Realizar adequações à página virtual do Museu do Futebol para atendimento integral dos itens do Índice de Transparência desenvolvido pela SEC	Indicativo de Resultados	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Relatório sobre as atualizações/melhorias executadas	1º tri	-	-
			2º tri	-	-
			3º tri	1	
			4º tri	-	
			META ANUAL	1	-
			ICM%	100%	-

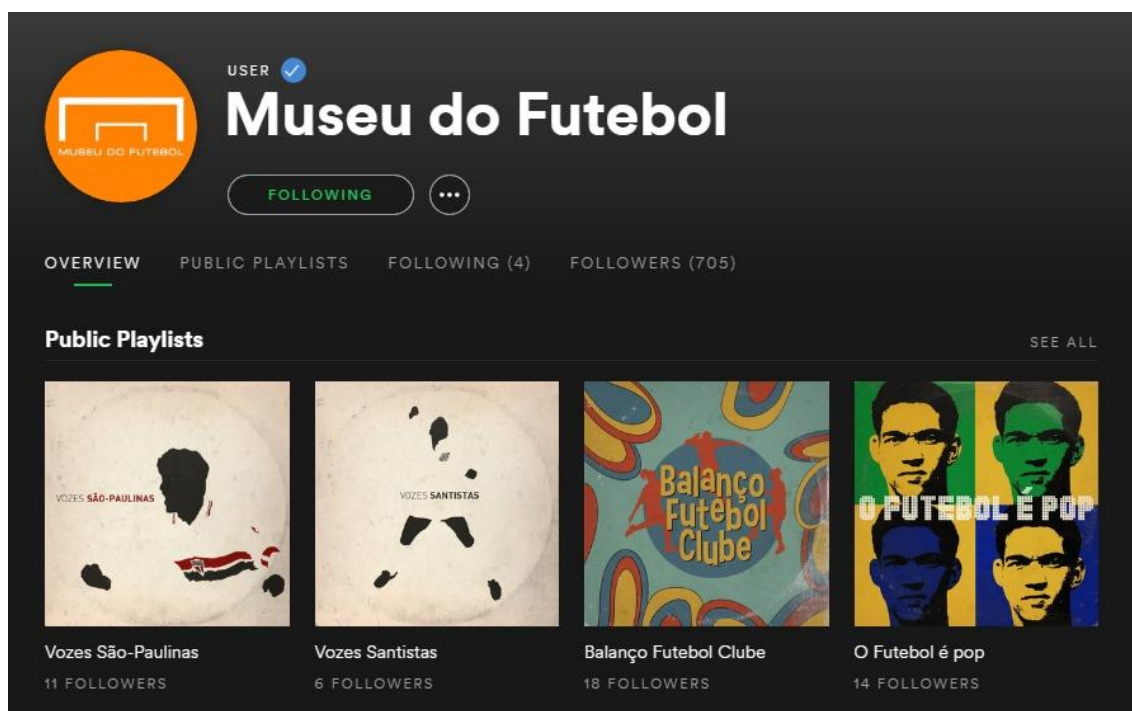
Ação Desenvolver e implantar o Plano de Comunicação para articular e se comunicar com os diversos públicos da instituição, valorizar a marca e aumentar a visibilidade do museu

Detalhamento da Meta 56

Nº de canais de comunicação implantados: 1 - website; redes sociais: 2 - Facebook, 3 - Instagram, 4 - Twitter e 5 - Youtube

Nos canais de comunicação digital da instituição trabalhou-se na divulgação do Museu, sua programação educativa e cultural e ações desenvolvidas nos meses de abril a junho. Como parte da rotina, elaboraram-se as artes e textos para as postagens programadas para as redes sociais e site e foram feitos e disparados informativos eletrônicos (e-mail marketing), elaborados anúncios para o videowall do Museu, localizado acima das cabines de Bilheteria, e outros materiais de comunicação de acordo com a necessidade. Foram tiradas fotos e feitos vídeos de eventos da programação para serem usados na comunicação e também para integrarem o arquivo institucional. Em "Rotinas" encontram-se as artes elaboradas no período.

Destacamos o lançamento do perfil do Museu do Futebol no SPOTIFY, plataforma de música *online*, que funciona como uma rede social. De abril a junho de 2017, o Museu do Futebol fez a curadoria de 4 playlists temáticas e alcançou 705 seguidores. Abaixo, o print da tela do canal institucional:

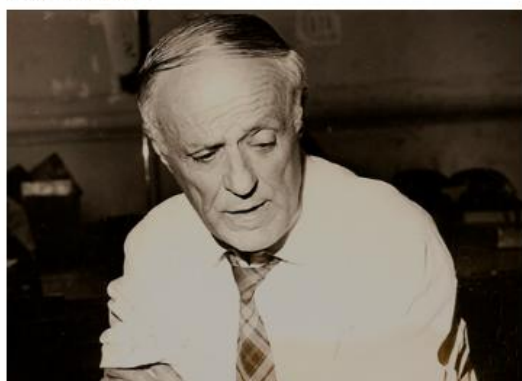


Alguns conteúdos trabalhados nas redes sociais no período foram alusivos às datas comemorativas como Dia do jornalista (07/04), Dia do Sistema Braille (08/04), Dia do Beijo (13/04), Dia do Índio (19/04), Dia do Goleiro (26/04), Aniversário do Estádio do Pacaembu (27/04), Dia das Mães (14/05), Dia do Abraço (22/05), Dia do Massagista (24/05), Dia do orgulho LGBT (28/05), entre outras. Essa estratégia tem o objetivo levar às redes sociais conteúdos e acervos do Museu. Também foram divulgadas a exibição da taça da Premier League no Museu, as ações feitas pelo Museu por ocasião do aniversário do Santos Futebol Clube, as mostras itinerantes Visibilidade Para o Futebol Feminino em Guararema e Sorocaba, o lançamento das exposições virtuais do Museu sobre moda na plataforma Google Arts & Culture, o 1º Encontro de Mulheres de Arquibancada, entre outras iniciativas da instituição.

Seguem exemplos das postagens feitas ao longo do 2º trimestre:

Museu do Futebol
Publicado por Mônica Saraiva [?] · 7 de abril · 🌐

Hoje é Dia do Jornalista! 📰 🇧🇷 🇧🇷
Dia daqueles que trazem o futebol mais perto de nós, que vibram, discutem os mínimos detalhes o que acontece dentro e fora de campo, que inventam bordões, apelidos e expressões que caem no grito da torcida e são eternizados na história do nosso futebol! NOSSO PARABÉNS A TODOS! Um dos grandes jornalistas esportivos foi Thomaz Mazzoni (1900 – 1970). Você o conhece? Ele foi o inventor dos apelidos dos clássicos paulistas: “Choque Rei” – o encontro ... [Ver mais](#)



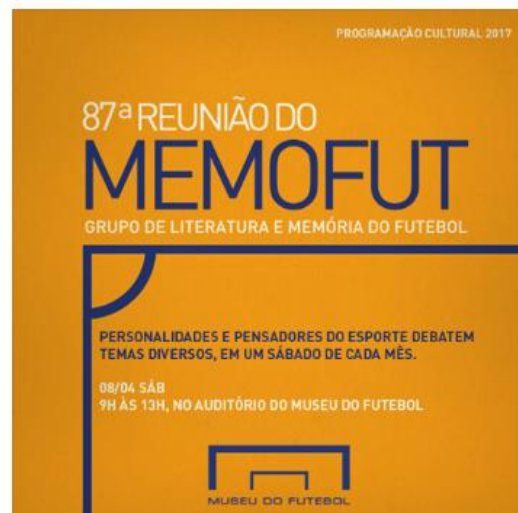
Museu do Futebol
Publicado por Mônica Saraiva [?] · 8 de abril · 🌐

8 de abril é celebrado o Dia Nacional do Sistema de Braille! 🗣️
Como homenagem, os educadores do Museu convidam os visitantes de hoje a conhecerem o futebol de uma forma diferente, com o uso de recursos de acessibilidade na atividade “Futebol Acessível”, entre 14h00 e 15h30. Vale registrar que o nosso Museu é um espaço preparado para receber pessoas cegas e com baixa visão: seu trajeto conta com piso e maquetes táteis, há audioguias disponíveis para uma visita autônoma e tote... [Ver mais](#)



Museu do Futebol
Publicado por Mônica Saraiva [?] · 7 de abril · 🌐

Parabéns, pessoal do Memofut!
Amanhã tem encontro comemorativo aos 10 anos do Grupo! Max Gehringer fará uma palestra e na programação tem muito mais!
O Grupo de Literatura e Memória do Futebol, o MEMOFUT, se reúne em um sábado por mês, no auditório do Museu do Futebol. Se você é um aficionado em estudar o futebol, esses encontros são abertos ao público!... [Ver mais](#)



Museu do Futebol
Publicado por Mônica Saraiva [?] · 10 de abril · 🌐

Nossa homenagem aos 105 anos de história do Santos Futebol Clube !!! 🏆
Neste ano, os quatro maiores clubes paulistas são homenageados pelo Museu. Agora chegou a vez do Santos!
Durante o mês de aniversário do alvinegro praiano, os Sócios Rei têm meia entrada para visitar o Museu. A promoção é válida de 11 de abril a 07 de maio! Além disso, preparamos um roteiro santista para a visita ao Museu. Por meio de um QRcode, você acessa informações do Clube presentes na nossa expo... [Ver mais](#)



Museu do Futebol 😊 sentindo-se muito feliz.
Publicado por Mônica Saraiva [?] · 11 de abril · 🌐

Neste final de semana tem o espetáculo Scaratuja no espaço Dente de Leite!!!

Scaratuja é a peça teatral que será apresentada no espaço do Museu dedicado a bebês de até 3 aninhos e montado no terceiro final de semana de cada mês.

O espetáculo é encenado por uma dupla de atores que utiliza a linguagem não verbal, músicas e objetos de cena para estimular o crescimento cognitivo e expressivo dos bebês.... [Ver mais](#)



Museu do Futebol
Publicado por Mônica Saraiva [?] · 13 de abril · 🌐

Hoje é o Dia do Beijo!!! 💕

Para participarmos dessa data tão inspiradora, escolhemos uma imagem histórica! A do capitão Bellini ganhando um beijo da Miss Brasil Adalgisa Colombo após o retorno da seleção campeã do mundo ao país, em 1958. A foto foi registrada em uma das festas do título, no salão da revista O Cruzeiro. ... [Ver mais](#)



Museu do Futebol
Publicado por Yuri Bonet [?] · 26 de abril · 🌐

Arqueiro, guardião, guarda-meta, camisa 1!

Esses são alguns dos apelidos para o atleta que tem responsabilidade de ser intransponível dentro de campo.

Hoje é dia deles! Parabéns, goleiros!!!!... [Ver mais](#)



Museu do Futebol
Publicado por Yuri Bonet [?] · 27 de abril · 🌐

O nosso PA CA EM BUUUU completa 77 anos hoje!!!

No dia seguinte a sua inauguração, aconteceu o primeiro jogo nos seus gramados, entre Palestra Itália (que viria a se tornar a Sociedade Esportiva Palmeiras) e Coritiba, com vitória do time paulista por 8x2.

Desde então, o Pacaembu recebeu jogos memoráveis e foi um dos principais palcos da Copa do Mundo de 1950. Em 1961, seu nome passou a ser Estádio Municipal Paulo Machado de Carvalho, em homenagem ao chefe da delegação nas co... [Ver mais](#)



Museu do Futebol adicionou um evento.
28 de abril · 🌐

22º Encontro de Colecionadores de Camisas de Futebol
100 anos de Corinthians e Palmeiras - Derby Paulista

Exatamente na data em que o confronto entre Corinthians e Palmeiras completa 100 anos, no próximo dia 6 de maio, o Museu do Futebol realiza o 22º Encontro de Colecionadores de Camisas, das 10h00 às 17h00. O evento, com o tema da rivalidade, acontece na área externa do Museu - vão central do Estádio do Pacaembu - onde os participantes, que são desde colecionadores mais fanáticos a simples apreciadores, trocam camisas, compartilham histórias e estreitam contatos.



MAIO 22º Encontro de Colecionadores ...
Sáb 10:00 · Museu do Futebol · São Paulo

★ Tenho Interesse

Museu do Futebol
Publicado por Mônica Saralva · 🌐 · 14 de maio · 🌐

Parabéns Mães ❤️
Presenteie sua mãe com uma visita ao museu!
Acompanhadas dos filhos, elas terão entrada gratuita, basta apresentar documento que comprove parentesco na bilheteria.



Museu do Futebol
Publicado por Yuri Bonet · 🌐 · 15 de maio · 🌐

Alô, Sorocaba e região!!!
A mostra itinerante "Visibilidade para o Futebol Feminino" chega dia 19/05 ao Museu Histórico Sorocabano, onde estará em exibição até dia 02 de julho, com entrada gratuita!

Composta por 11 painéis, a itinerância é um dos resultados do projeto de mesmo nome conduzido pelo Museu, em 2015, que possibilitou à instituição debater e reunir informações sobre a modalidade feminina do esporte mais popular do Brasil.... Ver mais



Museu do Futebol atualizou a foto do perfil.
Publicado por Daniela Nunes · 🌐 · 17 de maio · 🌐

Dia Internacional de Combate à Homofobia!
#MuseuparaTodos





Museu do Futebol compartilhou o próprio evento.
Publicado por Carolina Bianchi [1] · 12 de junho às 15:22 · 10

Como tornar o esporte mais inclusivo aos grupos LGBT?
Nesta sexta-feira, 16/06, promoveremos bate-papo com convidados, das 10h às 13h.
Confira os detalhes do evento e programe-se para assistir aqui no nosso auditório ou ao vivo pelo Youtube.)
#FutebolParaTodos Apoiemos a Luta Contra a Transfobia



JUN 16 Bate-papo Esportes nos Grupos ...
Sas: 10:00 · Museu do Futebol · São Paulo
Ana Bonfim convidou você

[Tanto interesse](#)

Museu do Futebol
Publicado por Camila Aderaldo [1] · 14 de junho às 19:04 · 10

Livros! ❤️
Hoje lançamos o primeiro artigo de uma série sobre livros de futebol. O texto apresenta uma seleção especial de leituras essenciais sobre as origens do esporte no Brasil. Esperamos que gostem 😊
leia aqui 📖 <https://goo.gl/fmxBjd...> Ver mais



Origens FC: livros que contam o início do futebol no Brasil
A equipe da Biblioteca do Centro de Referência do Futebol Brasileiro, que reúne o maior acervo público sobre o esporte no Brasil...

MEDIUM.COM

Detalhamento da Meta 57

Nº de parcerias/ projetos/programas implantados para os diversos segmentos de público do museu: Parcerias em veículos de comunicação.

No 2º trimestre de 2017 houve a renovação das parcerias com os veículos de comunicação O Estado de S. Paulo e Revista Piauí por mais um ano. A parceria com o jornal envolve a cessão de espaços publicitários para anúncios do Museu do Futebol, nos cadernos e no Divirta-se. Já na Revista Piauí, a inserção de um anúncio do Museu, de ¼ de página, em cada edição mensal da revista.

Nesse 2º trimestre houve a inserção de anúncios institucionais do Museu do Futebol na Revista Piauí, a impressão de banners do Museu no site Torcedores.com – por meio de parceria travada no trimestre anterior - e a inserção de anúncio de página inteira na Revista Táxi a fim de informar aos taxistas da gratuidade concedida pelo Museu à categoria.

Período: abril a junho/2017

Total: 12 anúncios em 3 veículos

Veículo	Data veiculação	Assunto	Imagem
Revista Piauí	Edição de abril	Anúncio	
Revista Táxi	Edição de abril	Anúncio	
Torcedores.com	Abril	Banners	

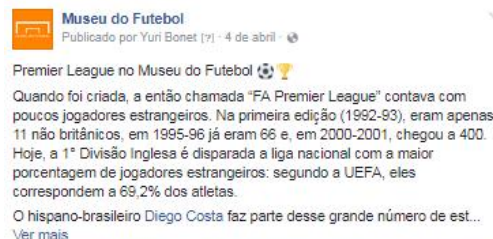
Revista Piauí	Edição de maio	Anúncio	
Revista Piauí	Edição de junho	Anúncio	
Torcedores.com	Maio	Anúncio	

Detalhamento da Meta 58

Número de novos conteúdos produzidos para os canais de comunicação.

Novos conteúdos são produzidos diariamente para a postagem nas redes sociais, atualização do site institucional e inserção de anúncios do Museu em veículos parceiros, entretanto, para a finalidade de comprovação da meta, destacam-se os seguintes conteúdos preparados no 2º trimestre de 2017:

- 1) **Premier League:** na semana em que a taça da Premier League - principal campeonato inglês de futebol e um dos mais importantes do mundo - esteve exposta no Museu do Futebol, de 04 a 09/04 deste ano, foram preparadas notas para postagem nas redes sociais durante aquela semana. Foi uma postagem por dia e os assuntos tratados tiveram o objetivo contar sobre a história da liga, seus jogadores e curiosidades e, ao mesmo tempo, fazer a divulgação que o troféu estava em exibição no espaço.



- 2) **Derby Paulista:** a rivalidade entre Palmeiras e Corinthians completou 100 anos no dia 06/05/2017. Durante a semana comemorativa do centenário, foram postados conteúdos diários nas redes sociais do Museu tratando do histórico dos confrontos, como a primeira disputa, os principais artilheiros, a origem da expressão derby, entre outros. Para a ocasião, entrou-se em contato com ex-jogadores de ambos os clubes, Ademir da Guia e Zé Elias, e com os jornalistas esportivos Celso Unzelte e Paulo Vinícius Coelho (PVC), para que dessem seus depoimentos sobre a efeméride. Também foi realizada gravação de depoimento com o ex-jogador Ivair Ferreira, que visitou o Museu do Futebol naquela semana.



- 3) **Museum Week:** para a participação do Museu do Futebol na ação global na rede social Twitter, foram preparados conteúdos para postagem entre os dias 19 e 25/06/2017. A ação tem o objetivo de promover os museus do mundo todo e, cada ano, são propostos temas para serem tratados em cada um dos dias da semana.



Justificativa e Detalhamento da Meta 60

Nº mínimo de inserções na mídia: 200 previsto; 439 realizados.

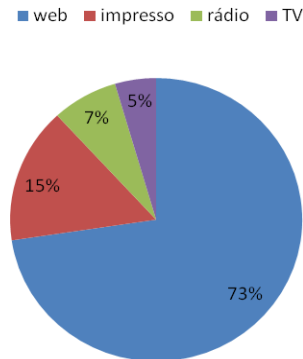
Para a diversificação da divulgação dos programas e ações da instituição, foram preparados e enviados releases para a imprensa. Os mesmos foram aprovados pela Secretaria da Cultura (SEC), conforme procedimento padrão. Coube à equipe do Museu, como habitual, o fornecimento de informações para matérias, bem como o recebimento de equipes de reportagem no espaço para entrevistas e gravações.

Obtiveram-se como resultado do relacionamento com a imprensa 439 inserções em veículos de comunicação, havendo, portanto, a superação da meta estipulada de 200 inserções. As inserções em mídia não oneram o orçamento previsto em Contrato de Gestão, fazendo-as sempre bem-vindas para a divulgação do equipamento cultural.

A ação do Museu do Futebol que mais repercutiu na mídia nesse trimestre foi o 1º Encontro Nacional de Mulheres de Arquibancada realizado em 10/06/2017. Notas sobre o Encontro foram dadas por veículos de comunicação de São Paulo, mas também por veículos de outros estados brasileiros. Algumas matérias veiculadas estão demonstradas no item "Rotinas" do Programa de Comunicação e Desenvolvimento Institucional.

Seguem a quantidade de menções e/ou matérias sobre o Museu que saíram na mídia no 2º trimestre, por mês e por tipo de mídia:

Mês	Número de Inserções
Abril	88
Maio	127
Junho	224
Total	439
Tipo de mídia	Total de Inserções
Impressa	68
Online	319
Rádio	32
TV	20



Justificativa e Detalhamento da Meta 61

Monitorar nº de visitantes virtuais no website – mínimo 16.000

O site do Museu (www.museudofutebol.org.br) fechou o 2º trimestre de 2017 com **110.524** visitantes únicos, sendo 84% de novas visitas.

A meta estipulada de 16.000 trata-se de um número mínimo a ser alcançado e sua superação de modo nenhum onera a instituição e reflete, de certo modo, o interesse do público em obter informações, provavelmente após repercussão positiva do trabalho de comunicação desenvolvido nas redes digitais.

Em comparação com o trimestre anterior, houve o crescimento de mais de 100% de número de visitas, fato que pode ser creditado ao lançamento do novo site institucional, no último dia 03 de abril.

O novo site possui visual mais atrativo, além de trazer conteúdos das redes sociais do Museu em sua *home*. Seus textos foram reformulados para que ficassem mais concisos sem perder, no entanto, conteúdo. As páginas do site agora contam com modo de navegação "side bars", ou seja, há chamadas em cada uma delas para outras páginas existentes, facilitando, assim, a navegação.

O relatório do Analytics é apresentado no item Rotinas do Programa de Comunicação e Desenvolvimento Institucional.

Detalhamento da Meta 62

Número de novos seguidores em todas os canais das redes sociais (Facebook, Twitter, Instagram e Youtube)

Seguem o número de novos seguidores das redes sociais Facebook, Twitter, Instagram e YouTube, comparados ao período anterior e com o acréscimo do Spotify, inaugurado em abril de 2017.

Rede social	1º TRIMESTRE Novos seguidores (jan a mar /2017)	2º TRIMESTRE Novos seguidores (abr a jun /2017)	2º TRIMESTRE Total de seguidores
Facebook	1.565	1.815	46.164
Twitter	470	498	21.964
Instagram	306	893	3.525
Youtube	111	236	1.246
Spotify	0	705	705
Total	2.452	4.174	73.604

Justificativa para o cumprimento parcial da meta

A meta de 10.000 novos seguidores nas redes sociais foi projetada considerando a implantação de sistema de login social para acesso ao serviço de wifi do Museu do Futebol.

Devido a questões técnicas, o sistema de login social não foi implantado no 3º trimestre de 2016 como previsto. O Núcleo de Tecnologia do IDBrasil, desde então, seguiu estudando possibilidades para se condicionar o uso do wifi do Museu ao se curtir o perfil da instituição no Facebook, o que foi conseguido no final do 1º trimestre deste ano. O Facebook, no entanto, não aceita o uso de sua API como condição obrigatória para acesso à rede wifi, dando a opção ao usuário de “pular” à ação de curtir a página.

Medidas técnicas continuam sendo pesquisadas para que alcancemos a marca projetada. No entanto, é visível o esforço da área de comunicação para o aumento orgânico de novos seguidores, sendo os resultados do segundo trimestre aumentado em 70% o número obtido no primeiro trimestre. Compreendemos que nosso alcance orgânico (sem uso de ferramentas de login social e sem o uso de publicidade paga nas redes sociais) é de metade da meta projetada. A mesma será ajustada no Plano de Trabalho para o ano de 2018.

Ação: Contribuir para o desenvolvimento e sustentabilidade da instituição por meio da busca ativa de novas parcerias e patrocínios (pessoas físicas e jurídicas)

Detalhamento da Meta 63: Relatório semestral de monitoramento do Plano de Patrocínios, parcerias e programa de doadores pessoas físicas

No 2º trimestre desse ano foi elaborada apresentação para patrocínio à exposição temporária, inscrita no Plano Anual de Atividades do MinC para captação de recursos por meio da Lei Rouanet, sobre centenário do clássico entre os clubes de futebol Palmeiras e Corinthians, completados em maio de 2017. A apresentação seguiu para avaliação do Grupo Globo juntamente com a proposta de contrapartidas ao patrocínio. Espera-se que no 3º trimestre deste ano seja dada a devolutiva para a efetivação ou não do aporte para a realização da exposição. Vale registrar que inúmeros contatos foram feitos junto à empresa para a adequação tanto do projeto expositivo como das contrapartidas, ou seja, as tratativas estão avançadas.

Com a nova Instrução Normativa da Lei Rouanet, houve a necessidade do ajuste do plano de cotas de patrocínios do Museu do Futebol para que este estivesse de acordo com o que determina a Lei. Ao longo do 1º e 2º trimestre deste ano, estudou-se a Instrução Normativa e fez-se um novo plano de cotas, que segue anexo.

O banco de dados de empresas potenciais para patrocínio ao Museu do Futebol foi atualizado, seguindo os seguintes critérios:

1. Empresas que mais patrocinam por meio da Lei Rouanet em 2016, segundo o sistema SALICWEB do Ministério da Cultura;
2. Empresas que atualmente patrocinam equipamentos culturais concorrentes diretos ou indiretos do Museu do Futebol;
3. Empresas que patrocinam os campeonatos nacionais de futebol;
4. Outras empresas potenciais.

Novas apresentações do Museu do Futebol foram elaboradas para a prospecção de patrocínios, a saber:

1. Apresentação para patrocínio institucional do Museu do Futebol segundo o novo plano de cotas elaborado para atender os requisitos da nova instrução normativa da Lei Rouanet;
2. Apresentação para patrocínio ao Museu do Futebol por meio da Lei de Incentivo Paulista ao Esporte;
3. Apresentação para patrocínio ao Museu do Futebol por meio do Programa de Ação Cultural - ProAC/ICMS.

No 3º trimestre terá início o envio de pedidos de reunião às empresas e o contato com captadores de recursos para a área cultural para a apresentação do Museu como projeto a ser patrocinado.

Também no 3º trimestre desse ano será elaborado projeto para captação junto a pessoas físicas, provavelmente por meio de ação pontual na plataforma “Kickante” - maior plataforma de crowdfunding do Brasil. Para tanto, serão feitas reuniões internas para a estruturação de projeto, com uma causa que tenha apelo para doações e que seja realizável em curto espaço de tempo, para posterior ativação da campanha. É importante salientar que foi realizado encontro, promovido pela Secretaria da Cultura, com representante da referida plataforma de financiamento coletivo, o qual contou com a presença de representante do Museu, que colheu os requisitos e orientações para o sucesso de captações por meio desse canal.

Detalhamento da Meta 64

Ampliação das parcerias institucionais, patrocinadores e doadores pessoas físicas

Como resultados dos esforços para a realização de parcerias no 1º trimestre de 2017, renovou-se o contrato com Fundação Abrinq e firmou-se parceria com as instituições Universidade do Futebol, FCB Escola e Spotify.

No 2º trimestre de 2017, firmou-se parceria com a rede de televisão ESPN para a exibição da taça da Premier League – principal torneio de futebol da Inglaterra – no Museu. No escopo dessa parceria, a ESPN também concedeu ao Museu volume de mídia para veiculação de anúncio no site do veículo. A parceria obteve bons frutos já que aumentou expressivamente a repercussão do Museu na mídia e o número de visitantes.

7. PROGRAMA DE EDIFICAÇÕES: CONSERVAÇÃO PREVENTIVA E SEGURANÇA

AÇÕES A SEREM REALIZADAS		METAS DE PRODUTO E RESULTADOS A SEREM ALCANÇADAS			
No.	Ação	Indicativo de Produtos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
66	Elaborar a organização de informações sobre as características técnicas da edificação.	Documento com as informações sobre as características técnicas das edificações. Elaborado e entregue.	1o tri	-	-
			2o tri	-	-
			3o tri	1	
			4o tri	-	
			META ANUAL	1	-
			ICM%	100%	-
67	Elaborar a organização de informações sobre a destinação dos espaços e suas cargas máximas, conforme as estruturas existentes.	Documento com informações sobre a destinação dos espaços e suas cargas máximas. Elaborado e entregue.	1o tri	-	-
			2o tri	-	-
			3o tri	-	
			4o tri	1	
			META ANUAL	1	-
			ICM%	100%	-
68	Revisar Manual de Limpeza e conservação do edifício	Manual de Limpeza e conservação do edifício revisado e entregue	1o tri	-	-
			2o tri	1	1
			3o tri	-	
			4o tri	-	
			META ANUAL	1	1
			ICM%	100%	100%

→ **Vide Detalhamento da Ação 68** – Anexo I página 324

→ **Manual de Normas e Procedimentos de Segurança e Plano de Salvaguarda e Contingência** – Anexo II página 325

→ **Número e Perfil dos Funcionários do Programa de Edificações** – Anexo III página 326

METAS CONDICIONADAS

No segundo trimestre de 2017 não foram realizadas nenhuma meta condicionada prevista para o ano, em razão de não haver disponibilidade de recursos adicionais.

8. METAS CONDICIONADAS (2017)			
Programa de Gestão Executiva, Transparência e Governança			
AÇÕES A SEREM REALIZADAS			
Nº	Ação	METAS DE PRODUTO E RESULTADO A SEREM ALCANÇADAS	VALOR
1	Gestão de Recursos Humanos - Treinamento para desenvolvimento técnico e competências diversas		R\$ 50.000
2	Atualização do Software de Gestão financeira para integração do sistema de bilheteria		R\$ 150.000
3	Pesquisa qualitativa: avaliação da exposição e da imagem do Museu do Futebol	Indicativo de Produto: Pesquisa realizada. Indicativo de resultado: Relatório com análise da percepção dos visitantes sobre a exposição de longa duração entregue	R\$ 30.000
8. METAS CONDICIONADAS (2017)			
Programa de Acervo: Documentação, Conservação e Pesquisa			
AÇÕES A SEREM REALIZADAS			
Nº	Ação	METAS DE PRODUTO E RESULTADO A SEREM ALCANÇADAS	VALOR
1	Aprimoramentos no software de Banco de Dados do CRFB para melhorias nos processos de documentação, relatórios e interface de consulta pública.	Indicativo de produto: Banco de dados aprimorado. Indicativo de resultado: ampliação dos acessos para consulta pública (média mensal atual: 300 acessos únicos; projeção após reformulação: 1.000 acessos únicos)	R\$ 60.000

2	Ampliar capacidade de processamento de informações – contratação de catalogadores temporários (3 por ano, custo anual: R\$ 90.000,00)	Indicativo de resultados: 1.000 novas entidades registradas no Banco de Dados, incluindo todos os tipos de entrada (acervo, eventos, pessoas e instituições)	R\$ 90.000
---	---	--	------------

8. METAS CONDICIONADAS (2017)
Programa de Exposições e Programação Cultural

AÇÕES A SEREM REALIZADAS

Nº	Ação	METAS DE PRODUTO E RESULTADO A SEREM ALCANÇADAS	VALOR
1	Curso “Futebol no mundo das artes” – Série de 10 encontros com artistas plásticos, cineastas, escritores e compositores – condicionado à venda de ingressos especiais e/ou parcerias/patrocínio	Indicativo de produto: Curso realizado – 10 encontros; Indicativo de resultado: mínimo de 50 pessoas participantes por sessão	R\$ 30.000
2	Exposição itinerante “Museu do Futebol Na Área” – 2 cidades, média de R\$ 300.000,00/cidade	Indicativo de produto: 02 exposições realizadas Indicativo de resultado: Mínimo de 5.000 visitantes/cidade	R\$ 600.000
3	Realizar o programa de Exposições temporárias (conforme Descritivo anexo) 2 exposições	Indicativo de produto: mínimo de 01 exposição realizada	R\$ 1.400.000
4	Conceber e produzir projeto de mobiliário expositivo básico, para dinamizar as mostras temporárias do Museu do Futebol	Indicativo de produto: Mobiliário expositivo produzido	R\$ 200.000
5	Iniciar projeto de renovação da exposição de longa duração	Indicativo de produto: Elaboração de anteprojeto cenográfico de reformulação de uma sala	R\$ 50.000

8. METAS CONDICIONADAS (2017)			
Programa Educativo			
AÇÕES A SEREM REALIZADAS			
Nº	Ação	METAS DE PRODUTO E RESULTADO A SEREM ALCANÇADAS	VALOR
1	Provimento de ônibus e lanche a instituições da Região Metropolitana de São Paulo R\$ 50.000,00/ano para capacidade de até 1.200 visitantes de até 30 instituições	Indicativo de resultado: 1.200 pessoas atendidas/ano	R\$ 50.000
2	Aprimoramento de jogos e maquetes sensoriais do PAMF	Indicativo de produto: 02 novos jogos desenvolvidos	R\$ 12.500
3	Implantação de melhorias no agendamento (sistema informatizado para criação de banco de dados e relatórios gerenciais)	Indicativo de produto: sistema informatizado de agendamento implantado	R\$ 60.000
8. METAS CONDICIONADAS (2017)			
Programa de Comunicação e Desenvolvimento Institucional			
AÇÕES A SEREM REALIZADAS			
Nº	Ação	METAS DE PRODUTO E RESULTADO A SEREM ALCANÇADAS	VALOR
1	Contratação de serviço de assessor de imprensa R\$ 5.000,00/mês; R\$ 30.000,00 – 2016 e R\$ 60.000,00 nos demais anos.	Meta de resultado: ampliação da inserção do Museu na mídia – 100 inserções/mês	R\$ 60.000
2	Revisão de conteúdo e impressão de folder de visitantes: Português - 80 mil unidades; Inglês: - 40 mil unidades	Meta de produto: folder impresso	R\$ 20.000

METAS CONDICIONADAS (2017)			
Programa de Edificações e Manutenção Predial			
AÇÕES A SEREM REALIZADAS			
Nº	Ação	METAS DE PRODUTO E RESULTADO A SEREM ALCANÇADAS	VALOR
1	Projeto de Sustentabilidade ambiental		R\$ 50.000
2	Automação do grupo moto gerador		R\$ 20.000
3	Certificações LEED, PROCEL e outras para a nova exposição de longa duração		R\$ 200.000